



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea Magistrale

in

Economia e Gestione delle Arti

e delle attività culturali

Ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

*L'editoria fotografica indipendente in Italia*

**Relatore**

Ch. mo Prof. Riccardo Zipoli

**Correlatore**

Ch. mo Dott. Steve Bisson

**Laureando**

Martina Sorci

Matricola 861110

**Anno Accademico**

2017 / 2018



*A mia zia Rita*



---

# Indice

---

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>5</b>
 <b>CAPITOLO PRIMO</b>	
 <b>EDITORIA FOTOGRAFICA INDIPENDENTE E FOTOGRAFIA: DUE MONDI IN CONSONANZA .....</b>	 <b>9</b>
 <b>1.1 Breve contestualizzazione storica dell’editoria fotografica indipendente .....</b>	 <b>10</b>
1.1.1 Le origini .....	12
1.1.2 Le novità del 1900 .....	14
1.1.2.1 <i>Twentysix Gasoline Stations</i> di Ed. Ruscha .....	14
1.1.3 La situazione italiana nel dopoguerra .....	18
1.1.3.1 L’interessante esempio della rivista <i>Gente di fotografia</i> .....	18
1.1.4 Il XXI secolo .....	19
 <b>1.2 Diversi modi per essere indipendenti in ambito fotografico .....</b>	 <b>21</b>
1.2.1 Il <i>selfpublishing</i> e l’autoproduzione .....	22
1.2.1.1 Selfpublish, Be Happy.....	25
1.2.1.2 Fanzine .....	26
1.2.1.3 <i>Selfpublishing</i> e mostre: l’esempio di Little Big Press .....	30
1.2.2 L’editoria fotografica indipendente .....	32
1.2.2.1 Elementi caratterizzanti .....	33
 <b>1.3 La promozione e la distribuzione dei progetti editoriali indipendenti .....</b>	 <b>40</b>
1.3.1 Le Fiere del libro e i Festival di fotografia .....	41
1.3.1.1 Ambiti e network di collaborazione fra micro-editori: il caso de <i>Les Rencontres de la Photographie</i> ad Arles .....	43
1.3.2 Il supporto dei Social Network .....	62
1.3.3 Le librerie specializzate .....	63
1.3.3.1 Micamera a Milano .....	64

1.3.3.2 Leporello a Roma .....	66
1.3.3.3 Foto Gang: una libreria itinerante .....	68

## **CAPITOLO SECONDO**

<b>LE REALTÀ INDIPENDENTI NEL PANORAMA ITALIANO .....</b>	<b>71</b>
<b>2.1 Il mondo della carta .....</b>	<b>72</b>
2.1.1 L'Artiere Edizioni .....	73
2.1.1.1 Le collane de l'Artiere .....	76
2.1.1.2 I canali di distribuzione de l'Artiere .....	82
2.1.2 Witty Kiwi .....	84
2.1.3 Skinnerbook .....	92
2.1.4 Humboldt .....	98
2.1.5 Discipula Editions .....	104
2.1.6 Rorhof .....	112
2.1.7 Il progetto CALAMITA/À .....	119
2.1.8 Le Edizioni Labò .....	124
2.1.9 Urbanautica Institute .....	132
<b>2.2 Il mondo della rete .....</b>	<b>138</b>
2.2.1 Lanscape stories .....	139
2.2.2 Urbanautica .....	145
<b>2.3 Il mondo delle fiere e dei festival .....</b>	<b>148</b>
2.3.1 Gazebook: Sicily Photobook Festival .....	149
2.3.2 Arte Fiera a Bologna .....	156
2.3.3 Fahrenheit 39 a Ravenna .....	165

## **CAPITOLO TERZO**

### **DISCUSSIONE ED ANALISI DELLE RICERCHE EFFETTUATE .....167**

#### **3.1 Una panoramica complessa .....168**

##### 3.1.1 I vantaggi e le criticità delle realtà editoriali fotografiche

indipendenti in Italia.....168

3.1.1.1 Tabella riassuntiva .....177

#### **3.2 Possibili soluzioni per il futuro dell'editoria fotografica indipendente .....178**

3.2.1 Il problema di diventare grandi .....178

3.2.2 Le realtà ibride come soluzione definitiva .....180

3.2.3 Creare una rete di librerie specializzate .....181

3.2.4 Creare un operatore intermedio .....182

#### **3.3 Un'ultima riflessione .....183**

### **CONCLUSIONE .....187**

### **REFERENZE BIBLIOGRAFICHE**

**Bibliografia .....189**

**Sitografia .....191**

**Siti Ufficiali delle realtà prese in esame .....197**

**Elenco delle personalità intervistate .....200**

### **RINGRAZIAMENTI .....201**





---

## Introduzione

---

La presente tesi di laurea propone un'analisi del fenomeno delle realtà fotografiche indipendenti nel panorama italiano con una particolare attenzione sull'editoria fotografica indipendente.

La volontà studiare in profondità questo fenomeno e la sua evoluzione in Italia è nata dopo una lezione-incontro con il Dott. Steve Bisson, fondatore di Urbanautica, svoltasi durante il corso di fotografia del Professor Riccardo Zipoli, all'università Ca' Foscari di Venezia. La possibilità di unire due delle mie più grandi passioni, i libri e la fotografia, in una ricerca, nuova nel suo genere, mi ha attratto subito e portato ad iniziare un viaggio di approfondimento, teorico e pratico, all'interno di questa nuova dimensione, indipendente e giovane, che riguarda la fotografia e, nello specifico, i libri fotografici.

Se, infatti, nel mercato editoriale tradizionale si riscontra un progressivo stallo, nel mercato editoriale indipendente, invece, e, soprattutto, nel caso specifico dell'editoria fotografica indipendente, è dal 2010 che si è di fronte ad un interessante incremento e alla nascita di un panorama esteso e diversificato anche in Italia. È stata questa prospettiva di crescita che mi ha colpito e mi ha fatto venir voglia di indagare in profondità ed esplorare questo mondo a me, inizialmente, estraneo.

La raccolta del materiale e le interviste, effettuate per creare un corpus di informazioni utile ad un'analisi generale del fenomeno, sono avvenute in un arco temporale che va da settembre 2016 fino ad ottobre 2017. Sono stati indispensabili, soprattutto per la ricerca teorica, anche i supporti digitali quali siti ufficiali, blog e articoli online. Una parte delle ricerche è stata effettuata anche in loco, come nel caso specifico del festival di Arles, o di ArteFiera2018. Non meno importante, inoltre, la scelta delle fotografie inserite nel presente elaborato, le quali sono, in parte, state scattate in presa diretta da me, durante i viaggi di ricerca (come le foto relative al Festival *Les Rencontres de la Photographie* di Arles e quelle di Artefiera 2018), in parte sono state, invece, inviate direttamente dagli intervistati e poi da me selezionate, come nel caso di *Spazio Labò*, o, ancora, sono foto prese dalle pagine, Facebook e Instagram, e dai siti ufficiali delle realtà intervistate.

La struttura del testo si presenta suddivisa in tre grandi sezioni che servono ad entrare in una prospettiva sempre più specifica e riflessiva del fenomeno in esame. Nel primo capitolo il settore dell'editoria indipendente e quello della fotografia vengono presentati come due mondi in consonanza, con l'obiettivo di portare il focus su quello che è stato il primo contatto della fotografia con l'oggetto libro, con la carta. Si cerca di creare una linea del tempo tale da riuscire, in modo diacronico, a riportare alcuni fra gli elementi storici più importanti per l'editoria fotografica indipendente al fine di dare un contesto a questo fenomeno contemporaneo che, in realtà, non è altro che una riscoperta di qualcosa di già esistente nella storia. L'attenzione sarà, poi, posta sui differenti modi di essere indipendente con la fotografia: dal *selfpublishing*, alle *fanzine*, alla vera e propria editoria fotografica indipendente, della quale saranno elencate le caratteristiche.

Verrà, inoltre, dedicato uno spazio ai festival e alle librerie specializzate perché rappresentano, per quanto riguarda la distribuzione, la vendita diretta e la promozione, due perni indispensabili per queste realtà indipendenti.

Le parti successive dell'elaborato in esame sono legate alla presentazione e all'analisi dei casi intervistati. Il secondo capitolo, nello specifico, illustra, attraverso le interviste effettuate, le dieci realtà indipendenti, scelte come casi di rilievo del panorama italiano, divise fra il mondo della carta, quindi tutte quelle case editrici fotografiche indipendenti che fanno del libro fotografico il loro lavoro finale, e il mondo della rete, che, invece, si occupa dei due giornali online più importanti a livello nazionale ed internazionale in Italia. Entrambi questi mondi trovano un punto di incontro in quello che è stato definito come il mondo delle Fiere e dei Festival, la cui crescita è uno degli esempi più manifesti dello sviluppo di queste realtà in Italia, e del suo rapporto con un pubblico che si sta ampliando cercando di uscire dalla nicchia.

Infine, la terza ed ultima sezione è dedicata al commento di quanto appreso e evidenziato dall'analisi dei casi intervistati cercando di proporre ed ipotizzare situazioni capaci di rendere queste case editrici fotografiche indipendenti più vicine al mondo imprenditoriale ed aziendale senza snaturarne il carattere più artigianale.

L'elaborato si presenta, dunque, come il punto di partenza per un'indagine che vede, ad oggi, solo l'inizio delle sue ricerche. Una sorta di guida capace di aprire prospettive per studi futuri. La dinamicità di questo settore e la sua vivacità ma, allo stesso tempo,

l'amara consapevolezza dei suoi limiti sono, infatti, caratteristiche che lasciano un finale aperto e una volontà di continuare a monitorare queste realtà indipendenti per capire fino a che punto si possano e si potranno evolvere in futuro.



---

## Capitolo primo

---

### EDITORIA INDIPENDENTE E FOTOGRAFIA: DUE MONDI IN CONSONANZA

*C'è chi legge per cercare di far leggere anche agli altri ciò che gli pare degno di essere letto. Quest'ultimo è quello specialissimo tipo di lettore che della lettura ha fatto una professione: l'editore.<sup>1</sup>*

Questo capitolo offre una panoramica generale sul rapporto che intercorre fra fotografia ed editoria indipendente, due mondi che trovano nella carta l'anello di giunzione e consonanza. Nel libro fotografico e, soprattutto, in quei progetti, autoprodotti e/o indipendenti, che lavorano sulla preziosità del contenuto, è chiaro come sigillare la foto sulla carta riesca a conferire, in una pluralità di casi, un'interessante aggiunta.

Il libro stesso, oggi, è diventato un'opera d'arte, un contenitore che deve essere sempre perfettamente in linea con il contenuto, deve saperlo valorizzare. Leggere i libri di fotografia può diventare un viaggio, una mostra, attraverso gli occhi dell'artista che si fa manager di se stesso e della sua creatività.

In questo capitolo verrà, in un primo momento, tracciata una breve linea temporale per mostrare come si sia arrivati all'affermarsi, nel mondo della fotografia, delle realtà editoriali indipendenti. In un secondo momento il focus scenderà in profondità per osservare, più da vicino, la pluralità di mondi che convergono in questa dimensione. Ci si concentrerà, nello specifico, sul *selfpublishing*, sui singoli fotografi che diventano produttori di loro stessi auto-producendosi, sul mondo delle *fanzine* per poi arrivare al settore di cui questa tesi di laurea si prefigge l'analisi: l'editoria fotografica indipendente. Verrà dedicato uno spazio anche alla vendita e alla promozione dei

---

<sup>1</sup> Mistretta E. (2006): p.7.

prodotti di queste realtà, perché ritenuto, in seguito alle ricerche effettuate, uno dei momenti più interessanti e, al contempo, problematici per chi lavora in questo ambito. Il primo capitolo avrà come campo d'indagine il panorama internazionale, proprio per dare, a questo fenomeno, quel respiro multiculturale che lo rende forte e specifico. In seguito, nel secondo capitolo, lo zoom si restringerà sul panorama italiano e sulle sue peculiarità.

## **1.1 Breve contestualizzazione storica dell'editoria fotografica indipendente**

La tendenza che intercorre, oggi, quando si parla di libro fotografico, come prodotto dell'editoria fotografica indipendente, è quella di considerarlo un fenomeno nato negli ultimi decenni. In realtà il grande boom di libri fotografici autoprodotti rappresenta la riscoperta di un fenomeno che già aveva vissuto un periodo di sviluppo in America negli anni sessanta e settanta del Novecento.

Per riuscire, tuttavia, a comprendere a pieno la relazione sincronica che intercorre fra questa editoria e, conseguentemente, fra il libro fotografico (nel nostro caso autoprodotta e/o indipendente) e la fotografia, è necessario cercare quel momento storico che ha segnato il primo contatto della fotografia con la carta. È sulla carta, infatti, che la fotografia risulta essere ancora oggi formidabile e potente. La carta le permette una distribuzione democratica e accessibile, ma, allo stesso tempo, le assicura un'eternità, un perpetuo restare impressa nelle pagine di un libro.

Oggi, l'editoria indipendente si fa portavoce di questa relazione. La maggior parte dei fotografi ambisce, in primis, alla realizzazione di un libro fotografico ed, in alcuni casi, è possibile che un progetto fotografico nasca già per essere editato. In America, soprattutto, l'immagine fotografica e la parola si stanno assimilando, così da consolidare la potenza del libro fotografico stesso.

Dans toute l'histoire des arts plastiques et visuels, la photographie a accordé une place particulière au livre. La plupart des photographes, des conservateurs, des galeries (surtout ceux d'un certain âge) ont découvert la photographie et en sont tombés amoureux grâce aux

livres. Enfin, les livres sont beaucoup plus accessibles que les expositions d'oeuvres majeures. Et même si les photographies sont désormais visibles en ligne, chacun peut revenir au livre autant de fois qu'il le souhaite et s'imprégner des textes qui l'accompagnent à sa guise. Il suffit de le prendre sur ses genoux, de quelques heures et de la lumière du jour.<sup>2</sup>

La fotografia è carta ed è fatta per comunicare sulla carta. Il fotolibro è vivere un'esperienza sensoriale, di contatto con il foglio, con il lavoro del fotografo. Esperienza che mi piace avvicinare alla sensazione che si prova quando si guarda un film e si è rapiti dalla sequenza delle immagini e degli eventi.

La fotografia è “qualcosa” che ha a che fare con la vita; creare un progetto fotografico, un libro fotografico, è un procedimento molto simile a quello dell'analisi logica che si impara a scuola. Come una frase è articolata in proposizioni e, a sua volta, scomponibile in vari complementi ed elementi grammaticali, anche il libro fotografico è costituito da elementi funzionali indispensabili per la sua riuscita. Quando si struttura un progetto fotografico e, dunque, un libro fotografico, bisogna saper creare l'ossatura e saper bilanciare, in modo equilibrato, la carta scelta, l'editing e quella che, invece, è la materia narrativa. La fotografia ci mette in contatto con noi stessi ed il libro è uno strumento capace di andare al di là dell'esperienza vissuta, al di là dell'impaginazione poiché ha, in maniera più complessa, a che fare con la rappresentazione, con la narrazione. Per riuscire a canalizzare il messaggio che la fotografia trasmette vi è la necessità, come per la parola, di trovare un mezzo che sappia supportarlo, e poi è necessario organizzarlo e strutturarlo. Nella forma del libro la fotografia ha trovato la sua massima efficacia comunicativa.

La fotografia è un'espressione artistica in continua progressione e così anche le tecniche per realizzarla e per stamparla: si potrebbe dire che è la forma artistica del nuovo mondo meccanizzato. La sua invenzione ha offerto un nuovo modo di guardare il mondo «plus loin, plus en profondeur, plus petite, plus grande, plus rapide et plus lente que l'on pouvait le faire éveillé».<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Himes D.D., Swason M.V (2012): pp. 14-15.

<sup>3</sup> *ivi*, p. 15.

Un altro elemento da considerare è l'entrata nel mondo del digitale, del graphic design, di nuovi programmi al computer che hanno permesso di ridurre notevolmente i costi di produzione e di pubblicazione.

### 1.1.1 Le origini

È nel 1833 che l'inglese William Henry Fox Talbot (1800-1877) iniziò i suoi esperimenti per riuscire a fissare l'immagine su un foglio di carta anziché su supporto di rame placcato d'argento. Nel 1841 Talbot diede al nuovo metodo scoperto il nome di *calotipo* e «in virtù della sua invenzione [...] chiese e ottenne il brevetto n. 8842 per decreto sovrano di Sua Maestà Reale, in data 8 febbraio 1841».<sup>4</sup>

Il poter stampare su carta rese la fotografia aperta ad un pubblico più vasto e portò alla realizzazione del primo libro fotografico della storia. Talbot, infatti, realizzò *The Pencil of Nature*, «un libro pubblicato in sei dispense da Longman, Brown, Green e Longmans di Londra fra il giugno 1844 e l'aprile 1846».<sup>5</sup>

Tale libro risulta fondamentale per capire alcune delle caratteristiche peculiari che riguardano il mondo dell'editoria indipendente. L'autore ha, infatti, realizzato a mano il libro, lo ha curato e lo ha reso un prodotto commerciabile: il primo libro fotografico entrato in commercio.



6

---

<sup>4</sup> Newhall B. (1984): p. 58.

<sup>5</sup> *ivi*, pp. 60-61.

<sup>6</sup> Immagine, URL: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/1994.197.1-.6/>



La parte più importante per un libro fotografico autoprodotta è il contenuto e la qualità. È proprio la cura del dettaglio e il lavoro manuale, artigianale, che rendono ancora oggi i libri fotografici indipendenti preziosi e unici nel loro genere.

*The Pencil of Nature* ha segnato uno spartiacque nella storia della fotografia.

Per la prima volta la carta e la fotografia si sono scoperte, trovate e comprese. E tutto è stato fatto a mano, dall'autore, a dimostrazione di come la nascita della fotografia sia intimamente associata alla forma del libro.

It could even be argued that the book is the first and proper home of the photographic image from with it moved out to take up residence in the fine art gallery anche the modern museum in the early twentieth century - just as the proper home of vernacular or private photography is the album or scrapbook. Despite this fact, histories of photography have not generally accorded the photo book a place of central importance [...] Recent years, however, have witnessed a growing interest in the photo book, and this interest among both scholars and collectors is widespread enough to justify speaking of an emergent intellectual and cultural momento which is moving us to new levels of integrated understanding beyond the more scattered studies which have come before.<sup>7</sup>

Il fotoreporter, Martin Parr, e lo scrittore, curatore, fotografo, Gerry Badger, sostengono, nel terzo volume di *The Photobook: A History*, che, oltre alla singolare sensibilità dell'autore, il libro autoprodotta si contraddistingue da quello dell'editoria tradizionale, in particolare, per la sua nascita e gestazione. Puntando il focus, dunque, sulla qualità e sulla validità del contenuto «many self-published photo books look exactly the same as those produced by publishing firms. Publishing oneself has proliferated, but it is not a genre, nor, as we have said, it is particularly new. Indeed, it may be remembered from Volume 1 that the very first photo book was not only self-published, but essentially handmade by its author».<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Di Bello P., Zamir S. (2012): p. 1.

<sup>8</sup> Parr M., Badger G. (2014): p. 7.

### 1.1.2 Le novità del 1900

Negli anni venti e trenta del Novecento le foto avevano invaso sia le riviste sia i giornali e non soltanto i libri. Molti fotografi, soprattutto per le foto di protesta, diventarono produttori dei loro lavori. Inizia ad affermarsi, dunque, l'idea dell'artista come manager di se stesso e della sua arte.

Gli anni trenta furono anche il momento in cui dei fotografi documentari divennero fotografi *autores*, autori che detengono il controllo sulla loro produzione, in grado di pubblicare il proprio lavoro in forma di libro. Il libro di Brassai, *Paris de nuit* (1933), è solo uno dei molti esempi di questo periodo: *A night in London* (1938) di Bill Brandt, così come il successivo, più giornalistico *Naked city* (1945) di Weegee (pseudonimo di Arthur Felling), seguirono tale modello.<sup>9</sup>

Nel capitolo *Documents of Anger and Sadness: Protest and Photobook* del terzo volume del libro di Parr e Badger vengono riportati numerosi esempi di questo tipo di fotolibri e del loro rapporto con la fotografia di protesta, ad esempio nel 1933 un libro autoprodotta sulla protesta palestinese.

La volontà di mostrare la violenza del mondo e della guerra si riflette sull'identità dell'autoproduzione e dell'indipendenza.

Real self-publishing, where the photographer designs, prints and distributes the book by him or herself, is one of the faster growing areas in the field. Many of the books in this volume have been self-published in one way or another, going right back to a Palestinian protest book from 1933 features in Chapter 2, which is the earliest book we include here.<sup>10</sup>

#### 1.1.2.1 *Twentysix Gasoline Stations* di Ed. Ruscha

Ripercorrendo quella che è la storia del libro d'artista del Novecento, è possibile vedere in *Twentysix Gasoline Stations* di Ed. Ruscha il libro capace di creare un ponte fra le opere realizzate dalle avanguardie storiche e la produzione successiva degli anni

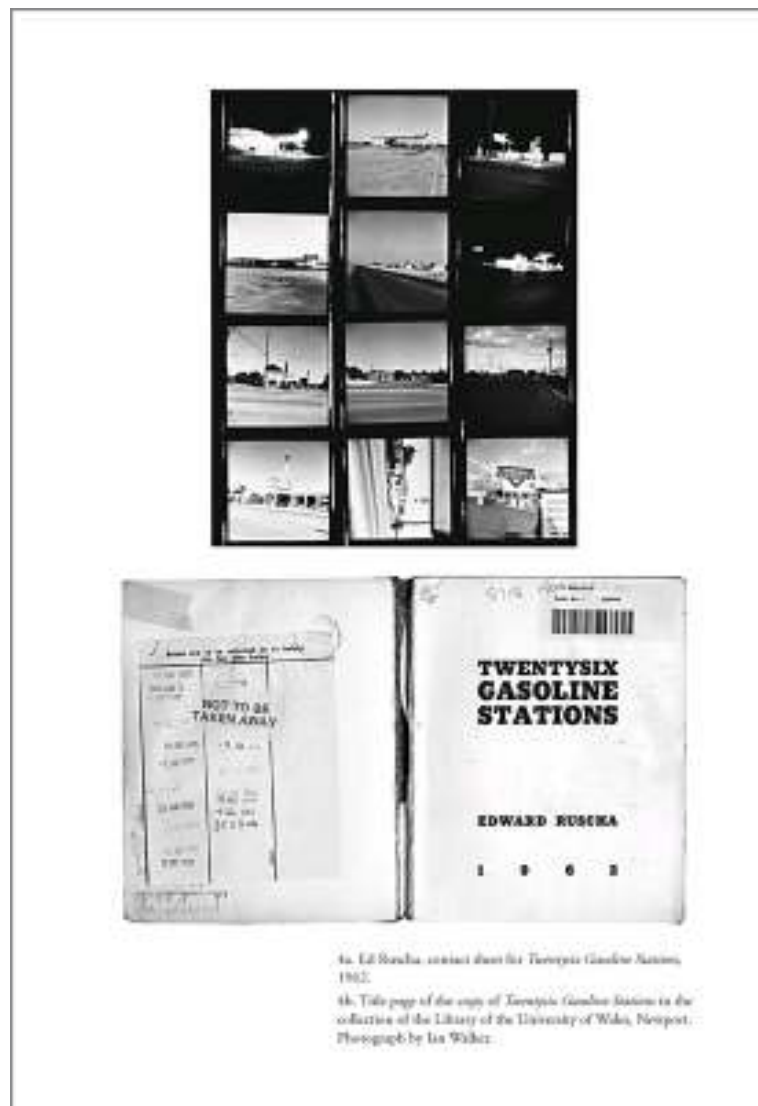
---

<sup>9</sup> Bate D. (2011): pp. 62-63.

<sup>10</sup> Parr M., Badger G. (2014): p. 6.

sessanta e settanta. Questo libro rappresenta, infatti, il precursore dei libri fotografici moderni autoriali ed il punto focale per tutti i *selfpublisher* ed i fotografi delle generazioni successive, in quanto interamente realizzato dall'artista sia per quanto riguarda la curatela, sia per la grafica, la pubblicazione e la distribuzione.

*Twentysix Gasoline Stations*, realizzato da Ed. Ruscha nel 1962 e autopubblicato nel 1963, è sicuramente il più famoso libro autopubblicato della storia della fotografia ed ha dettato nuove regole per la realizzazione del libro fotografico.



<sup>11</sup> Immagine in Walker I. (2012) in Di Bello P., Zamir S. (2012): p. 123.

Ed Ruscha, nato a Omaha (Nebraska) nel 1937, ha frequentato la scuola d'arte a Los Angeles studiando, in particolare, grafica e tecniche di stampa. Los Angeles è la sua città ed è proprio lungo la strada che collega Los Angeles a Oklahoma city, la Route 66, che nasce in lui l'idea di fotografare tutte le stazioni di servizio.

La strada è metafora dello scorrere della vita e sulla strada le aree di servizio con le pompe di benzina, sono le protagoniste delle immagini del libro, sono le moderne "stazioni" del percorso umano. Ma non c'è alcuna volontà di racconto, solo rappresentazione asciutta e nuda dell'esistenza. Il titolo, *Twentysix Gasoline Stations*, contiene e descrive semplicemente i suoi contenuti. Ruscha lo impagina in copertina con una perfetta architettura tipografica; dispone le tre parole su tre righe in caratteri maiuscoli color rosso arancio. Le parole occupano l'intera larghezza della pagina e sono disposte in alto, in centro e in basso per saturare l'intero campo visivo. All'interno nessun testo, solo immagini fotografiche e brevi titoli che identificano il nome commerciale del "tipo di benzina" e del luogo in cui è ubicata la stazione di servizio con l'indicazione della città e dello Stato: ventisei sono le lettere dell'alfabeto inglese, ventisei le immagini scelte per la rappresentazione del proprio personale alfabeto visivo.<sup>12</sup>

Il 1962 è anche l'anno in cui anche Andy Warhol espone alla Ferus Gallery a Los Angeles la serie *Campbell's soup cans - each one the same, each one different*<sup>13</sup> ed, infatti, la volontà di raccontare è comune ad entrambe queste opere d'arte. In un certo senso l'idea di Ruscha è molto simile al lavoro di Warhol tanto che si potrebbe definire questo libro un "Pop Art Book". Il solo ruolo che la fotografia può avere, per Ruscha, è quello un mezzo tecnico ed informativo. Il libro non ha più, come in precedenza, il compito di esibire una serie di fotografie d'arte, infatti, le ventisei stazioni di servizio, incontrate lungo la strada, sono sigillate in foto colte al volo, in *snapshot*, prive di un qualsiasi trasporto soggettivo ed emotivo. Per questo è stata scelta una forma del libro volutamente ordinaria, un prodotto di massa, reso più fine solamente da una velina, tutto in linea con la Pop Art e il pensiero dominante del mondo dell'arte degli anni sessanta. Come afferma lo stesso Ruscha, il senso del libro è la coesione con il tutto: il libro, la sua forma, la grafica, acquistano una dignità pari al contenuto ed, anzi, più il contenitore è perfetto più anche il contenuto assume rilievo e la trasmissione del messaggio è massima.

---

<sup>12</sup> Maffei G., *Twentysix Gasoline Stations di Edward Ruscha*.(8 ottobre 2012). URL: <http://blog.maremagnum.com/twentysix-gasoline-stations-di-edward-ruscha/>.

<sup>13</sup> Walker I. (2012) in Di Bello P., Zamir S. (2012): p.111.

Ruscha elimina la figura dell'editore di libri fotografici, che aveva dominato fino ad allora, e rende l'artista editore di se stesso, grafico e curatore, capace di produrre in libertà il proprio libro, scegliendo ogni aspetto formale della pubblicazione.

Poter esprimersi senza condizionamenti, senza limitazioni, è una delle caratteristiche fondamentali dell'editoria fotografica indipendente di oggi e dei *selfpublisher* che scelgono questa strada proprio per diventare padroni di loro stessi.

La forma e la sua bellezza vengono sostituiti alla genialità dell'idea: un libro non è più un catalogo freddo, ma diventa un'opera d'arte, un progetto dove libro e fotografia vengono pensati e generati in simultanea, in sincronia.

Da questo momento inizia un nuovo paradigma che lega le relazioni che intercorrono fra l'artista, il libro e il pubblico, poiché il contatto diventa diretto. Non esiste più, dunque, una terza persona, un editore, che fa da intermediario, ma tutto passa dalla visione dell'autore agli occhi del cliente.

Il libro fu autoprodotta dall'autore nel 1963 in quattrocento copie, (numerata a mano con inchiostro rosso in fondo all'ultima pagina) ed era formata da quarantotto pagine in formato 18x14. Quattro anni più tardi, nel 1967 venne realizzata una seconda tiratura di cinquecento copie ed, infine, nel 1969 un'ultima ristampa di tremila esemplari. Essendo un'opera commerciale, le ristampe permettevano di renderlo sempre disponibile per il pubblico. Anche il prezzo di vendita, 4 dollari, era veramente ordinario in modo da assimilare questo prodotto ad un qualsiasi prodotto editoriale.

Oggi *Twentysix Gasoline Stations* è diventato un libro d'artista da collezione con un prezzo notevolmente più alto: la prima edizione, infatti, costa 3.000 dollari; 5.000 dollari è, invece, il prezzo della rarissima serie di cinquanta copie firmate, mentre la seconda serie si trova sul mercato a 1.200 dollari e la terza a 600 dollari.

Ed. Ruscha è il pilastro, l'esempio che ha dal 1963 rivoluzionato il *selfpublishing* e dato inizio allo sviluppo esponenziale del fenomeno, come lui anche il fotografo giapponese Daido Moryama ha realizzato *Another Country in New York* nel 1974, un omaggio al fotografo William Klein, producendo solamente 100 copie tutte differenti. Prodotto usando una fotocopiatrice Canon e poi assemblato, ora è considerato un libro da collezione e si può trovare sul mercato per 40.000 sterline.

### **1.1.3 La situazione nell'Italia del dopoguerra**

L'Italia del dopoguerra offre, invece, un panorama differente rispetto all'America. In un'Italia scossa e distrutta, fisicamente e mentalmente, dalla seconda guerra mondiale, la fotografia diventa un modo per riscoprire il mondo. Sono moltissimi i fotografi indipendenti che iniziano ad uscire allo scoperto. Se, infatti, i libri letterari ebbero una scarsa diffusione in questo periodo, sono, invece, proprio le riviste fotografiche ad acquistare uno spazio importante ed un'attenzione nuova.

Il mondo della fotografia è, tuttavia, diviso fra i fotografi amatoriali, che negli anni cinquanta riescono a crearsi un pubblico di lettori fedeli, e quelli professionisti, che non sono disposti ad avvicinarsi alle nuove realtà ed esperienze estetiche. L'incapacità di coniugare questi due mondi ha segnato la storia della fotografia italiana del dopoguerra e non ha permesso all'Italia di affermarsi ed imporsi nel panorama internazionale. Sono, tuttavia, moltissime le riviste che si rivolgono ad un pubblico di nicchia.

Nel 1967 viene inaugurata, sotto la direzione di Lanfranco Colombo, primo a riscoprire la cultura dell'immagine fotografica nell'Italia del secondo dopoguerra, una piccola casa editrice chiamata *Il Diaframma* che oltre a pubblicare libri coraggiosi, sarà anche la prima galleria in Europa dedicata interamente alla fotografia. Il mondo dell'indipendente e la voglia dei fotografi di esprimersi senza costrizioni comincia anche in Italia a farsi largo nonostante le costrizioni di un mondo troppo istituzionalizzato.

#### **1.1.3.1 L'interessante esempio della rivista *Gente di fotografia***

Nel 1994 a Palermo viene fondata la rivista di cultura fotografica e immagini *Gente di Fotografia*<sup>14</sup> per «colmare una lacuna culturale e intellettuale all'interno dell'editoria italiana del settore. Per rispondere alla esigenza di tanti che non accettavano e non accettano di considerare una rivista culturale dedicata alla loro passione, alla stregua di un catalogo commerciale. [...] Senza tradire gli ideali del primo numero in questi anni *Gente di Fotografia* si è progressivamente arricchita nei contenuti e ha migliorato notevolmente la sua veste editoriale, adesso di grande qualità. Attualmente la rivista

---

<sup>14</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://www.gentedifotografia.it/it/chi-siamo>.

viene stampata su due tipi di carta di grammatura pesante (una patinata opaca per la prima parte dei portfolio e una patinata avoriata per la seconda parte di approfondimento culturale)»<sup>15</sup>.

Fin dagli inizi la rivista ha goduto del favore di molti appassionati, professionisti, collezionisti e anche della collaborazione di tanti intellettuali importanti, a dimostrazione di come la volontà di fare una fotografia diversa, culturalmente più elevata ed interessante, si stesse diffondendo sempre di più.

Tutte le realtà indipendenti tendono a svilupparsi per colmare dei vuoti nel mondo della cultura.

#### **1.1.4 Il XXI secolo**

Nel XXI secolo moltissimi progetti editoriali indipendenti prendono forma per volontà di quei fotografi che desiderano allontanarsi da una fotografia troppo istituzionalizzata e commerciale, e che cercano di emanciparsi, colmando i vuoti dell'editoria tradizionale.

Le poche possibilità di esprimersi, il ridotto spazio dedicato al fotogiornalismo, hanno scatenato nei giovani fotografi di oggi la voglia di creare progetti che riflettessero veramente le loro idee, la loro concezione di fotografia.

Da questa situazione di crisi, sono nati, soprattutto all'estero, molti progetti di *self-publishing* dedicati esclusivamente alla fotografia, alcuni dei quali hanno avuto un ottimo riscontro.<sup>16</sup>

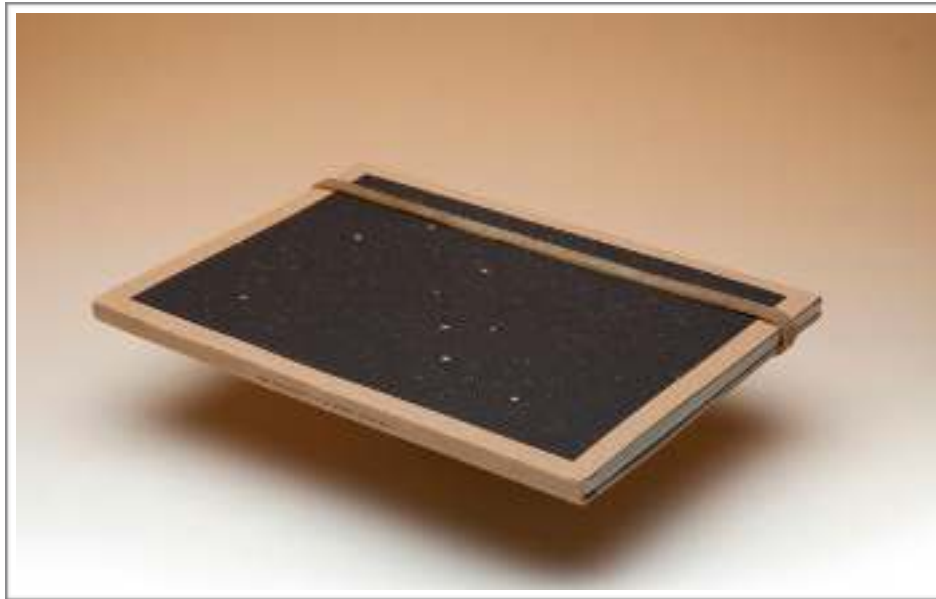
Un libro cult del *selfpublishing*, intitolato *The Afronauts*<sup>17</sup>, pubblicato nel 2012 in mille copie e venduto a 28 euro, è stato realizzato dalla fotografa spagnola Cristina De Middel.

---

<sup>15</sup> *Intervista a Franco Carlisi*, direttore della rivista. URL: <https://www.nikonschool.it/sguardi/54/gente.php>.

<sup>16</sup> *Self-publishing & fotografia: Afronauts, un caso di successo*. URL <http://www.scrivo.me/2013/11/13/self-publishing-fotografia-afronauts-caso-successo/>.

<sup>17</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://www.lademiddel.com/thisbookistrue/product/the-afronauts/>.



18

Oggi il libro è esaurito e si può trovare solo online per più di 1.300 dollari. Finalista all'importante premio Deutsche Börse 2013, esso rappresenta il libro fotografico più originale degli ultimi tempi e racconta la storia di una falsa spedizione nello spazio, partendo, però, da un vero progetto spaziale dello Zambia del 1960.

Lo stesso Martin Parr ha ritenuto questo libro un brillante prodotto editoriale e lo ha sostenuto e pubblicizzato nel più importante festival dedicato alla fotografia e al reportage, *Les Rencontres d'Arles*.

L'effetto ricercato da Cristina De Middel era quello di decontestualizzare la dimensione e il concetto di sogno.

Nel panorama italiano, come sottolinea Michele Smargiassi, un esempio simile può essere quello di *Hidden Islam* di Nicolò Degiorgis, pubblicato nel 2014, che alla terza edizione ha collezionato più di cinquemila copie vendute e ha vinto i tre premi europei più importanti per il libro fotografico. Anche questo libro può contare sulla benedizione di Martin Parr che si è occupato della prefazione. Un'indagine sui luoghi di preghiera

---

<sup>18</sup> Immagine presa dal sito ufficiale, URL: <http://www.lademiddel.com/the-afronauts.html>.



degli immigrati mussulmani nel Nord Italia, specialmente in Trentino, Veneto e Friuli Venezia Giulia.

Un libro di una potenza formale deflagrante, che sposta il peso, in un serrato e ipnotico dualismo, dalla formalità dell'immagine, all'importanza della denuncia. Un libro-catalogo, che mette alle strette ogni sicurezza sulle libertà civili del nostro Paese. La mappa che campeggia sulla prima di copertina è quella del Nord-Est italiano: una intricata rete geografica su cui si frammenta e atomizza la fede islamica nei suoi luoghi di culto. Non segreti, ma neanche ufficiali. Una *no man's land* piena di umanità, concretizzata e unita nel rito. Non importa lo spazio, non i colori o le forme: il luogo di preghiera cambia le sue sembianze e si adatta a ricalcare i profili degli edifici comuni. Il libro è suddiviso in otto tipologie di edifici: capannoni, negozi, supermercati, appartamenti, stadi, palestre, garage e una discoteca. Gli scatti si susseguono in una dicotomia cromatica che svela la tensione tra come l'Islam è visto e come è vissuto. Lo sguardo del fotografo fissa l'attimo estatico della preghiera e allo stesso tempo ne denuncia la prassi costretta e relegata ai margini della società.<sup>19</sup>

L'analisi dei numerosi editori indipendenti nel panorama italiano sarà affrontata nel secondo capitolo della presente lavoro di ricerca e permetterà di analizzare, nel profondo, molteplici progetti ed attività presenti in questo settore.

## **1.2 Diversi modi di per essere indipendenti in ambito fotografico**

In questo paragrafo ci si allontanerà da una linea d'indagine diacronica per analizzare, invece, verticalmente, quelli che sono i modi di essere indipendenti nel mondo della fotografia contemporanea. Queste realtà, nate ed ormai presenti in tutto il mondo, sono come un mosaico ricco di una varietà di costellazioni differenti. I fotografi, infatti, soprattutto amatoriali, con le nuove tecnologie e tecniche di stampa, hanno ricominciato esponenzialmente a farsi o a fare libri di fotografia. Così è possibile parlare di

---

<sup>19</sup> Micamera Bookstore, descrizione di *Hidden Islam* di Nicolò Degiorgis (III° edizione firmata)  
URL: <http://www.micamera.com/shop/tip-the-italian-photobook/hidden-islam-nicolo-degiorgis/>.

*selfpublishing*, di *zine*<sup>20</sup> e della nascita di un vero e proprio settore dell'editoria formato da tanti piccoli editori.

La panoramica proposta permette di creare un *fil rouge* con l'analisi delle realtà indipendenti nel panorama italiano che sarà il tema fulcro del secondo capitolo di questa tesi.

### 1.2.1 Il *selfpublishing* e l'autoproduzione

Parlare di *selfpublishing* è oggi molto comune. La volontà e l'ambizione di artisti, scrittori di parole o immagini, è proprio quella di ottenere, come prodotto finale del proprio lavoro, un libro.

Quando si parla di autoproduzione non è necessario essere legati ad una casa editrice, poiché, chiunque può diventare *selfpublisher*, editore di se stesso, portavoce della sua arte.

Il sistema editoriale attuale - così com'è configurato - mostra segnali (si odono scricchiolii paurosi) di implosione, mentre si fa strada la voglia di nuove modalità di pubblicazione che vadano oltre l'attuale. La vecchia editoria sta, dunque, per prorompere senza che nessuno possa fermarla, come un fiume in piena che sonda dal suo letto e rompe gli argini, sicché il *selfpublishing* (l'*oltrèità* appunto) inonda il mercato e rompe gli schemi collaudati dei soliti noti, lasciando finalmente spazio ai soliti ignoti. L'autopubblicazione, inoltre, rappresenta l'altra faccia (l'alterità, cioè) del mondo editoriale, la diversità di porsi dell'Autore, che torna a essere il protagonista nella filiera della produzione libraria, assumemmo il duplice ruolo di regista e della scrittura e della pubblicazione, in un ribaltamento che sa di copernicano: dall'*editor-centrismo* si passa all'*autor-centrismo*, mentre va gradualmente a ristabilirsi la giustezza dei ruoli.<sup>21</sup>

Pur essendo sempre esistito, tuttavia, il libro autoprodotta ha avuto un vero e proprio boom a partire dal 2010. Si potrebbe ritrovare la nascita di questa evoluzione incrementale con la mostra curata da Bruno Ceschel alla *Photographers' Gallery* di Londra.

Il *selfpublishing* ha consentito a molti artisti di farsi conoscere sconvolgendo e migliorando il mondo della fotografia.

---

<sup>20</sup> *Zine* è una stampa, a basso costo, prevalentemente in *selfpublishing*, di un piccolo libro fotografico.

<sup>21</sup> Bello F. (2014): pp. 9-10.

I libri di fotografia non hanno mai suscitato un interesse tanto grande come in questo periodo ed è proprio da quindici anni che la loro produzione ha assunto un ritmo intensamente accelerato. Le possibilità di autopubblicare un libro non sono mai state tanto numerose: dalle piattaforme online, ai costi notevolmente abbassati, alla voglia di riscatto e di affermazione stessa del fotografo.

Il libro fotografico per avere una vita e un successo deve essere il risultato di un progetto molto più complesso e articolato.

Michele Smargiassi, in un'articolo su Repubblica, parla del *selfpublishing* come della «vera novità dell'editoria fotografica», poiché «quello che per i poeti dilettanti e gli scrittori da romanzo nel cassetto è una risorsa, per appagare un po' di vanità, per i fotografi è diventata un'opportunità creativa inedita. La terza via, “disintermediata”, autonoma e autogestita, fra libro e mostra»<sup>22</sup>.

Per quanto il digitale e, nello specifico, gli e-book stiano spopolando, tuttavia, il libro in quanto oggetto fisico, e soprattutto, il libro fotografico resta, infatti, saldo nella sua posizione, poiché indispensabile per la storia sociale collettiva. Il contatto fisico con un libro d'arte, con le sue pagine, il suo profumo, mantiene una sensualità che ancora attira uomini e donne moderne.

Per un fotografo è un modo per lasciare una traccia, una firma nel mondo dell'editoria.

Molti artisti considerano il fotolibro come una piccola esposizione racchiusa fra due copertine, altri, invece, vedono nel libro un supporto privilegiato.

Sicuramente, qualunque sia l'inclinazione a riguardo, un libro fotografico resta e resterà sempre un testimone prezioso per la produzione artistica di un fotografo.

Il grande valore aggiunto del libro auto-prodotto è il rapporto che lo lega all'autore. La riscoperta dell'autorialità è, infatti, una delle carte vincenti del *selfpublishing*.

Si può parlare di vera e propria creazione artistica poiché il fotografo diventa l'artigiano capace di plasmare la carta e di produrre un libro, supportato, in alcuni casi, da esperti del settore come designer e grafici.

La differenza fra *selfpublishing* ed editoria indipendente è, più che altro, legata ad un'organizzazione formale del nucleo lavorativo. Il *selfpublisher* è un fotografo che, da

---

<sup>22</sup> Smargiassi M., *C'è un'editoria che festeggia. È boom di libri fotografici* (27/03/2015). URL: <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/03/27/ce-uneditoria-che-festeggia-e-boom-di-libri-fotografici46.html>.

solo, decide di realizzare un progetto, magari confrontandosi con altre realtà indipendenti, ma senza essere legato a nessuna casa editrice e che pubblica unicamente propri lavori. Quando si parla di editoria fotografica indipendente, invece, ci si riferisce alle piccole case editrici che costituiscono una realtà altra, più ampia, e che, oltre a pubblicare i propri progetti, spesso, collaborano alla produzione di libri fotografici per altri fotografi.

In questo settore è molto frequente che, prima di diventare editori di altri fotografi, lo si diventi di se stessi. Il vuoto che spinge ad addentrarsi nel mondo dell'indipendente è, infatti, un vuoto in primis soggettivo, personale ed è, quindi, logico come l'autoprodursi sia, nella maggior parte dei casi, l'inizio per molti giovani *selfpublishers*, divenuti in seguito anche micro-editori.

Tommaso Parillo, fondatore della casa editrice fotografica indipendente Witty Kiwi, è un esempio di fotografo nato come *selfpublisher*, e, poi, con il tempo, diventato editore indipendente, grazie ad un'evoluzione del suo pensiero editoriale e ad una maturazione artistica.

Un altro editore indipendente è Nicolò Degiorgis che, dopo il successo riscontrato da *Hidden Islam*, citato in precedenza, ha fondato a Bolzano la casa editrice indipendente Rorhof.

Il mondo delle autoedizioni non sembra spaventare l'editoria tradizionale e, sicuramente, questa è un arma utile per continuare a crescere.

Stampare il proprio libro non è ovviamente la sola attenzione che un *selfpublisher* deve avere, poiché spesso è difficile riuscire a promuovere e distribuire il proprio lavoro.

È sicuramente indispensabile la cooperazione, il sostegno e l'aiuto di altri *selfpublisher*, di grafici, designer, o, comunque, un confronto con le altre realtà indipendenti per capire quali cammini intraprendere, magari seguendo i consigli di chi naviga da più tempo nelle acque del mercato editoriale di nicchia.

Per avere successo un libro deve essere curato sia nel contenuto sia nella forma destinata ad esprimerlo.

As a self publisher not only will you create the artwork, you will also design the product, hire the printer, oversee production, and arrange for distribution. The key to self publishing

is distribution, no matter how good your project is, unless you can get it to the product to the public, it won't sell.<sup>23</sup>

Il crescente numero di fotografi che si autoproducono, e il conseguente numero di libri autoprodotti, ha fatto nascere molte piattaforme e realtà atte a valorizzare e promuovere i giovani talenti e le loro idee.

### **1.2.1.1 Self Publish, Be Happy**

A Londra, nel 2010, Bruno Ceschel ha aperto la piattaforma online *Self Publish, Be Happy*<sup>24</sup> per promuovere la nuova generazione di fotografi e di *selfpublisher*.

Ceschel si era reso conto che, con l'avvento dell'era digitale, l'editoria tradizionale sarebbe crollata e così, dopo aver effettuato numerose ricerche, è entrato in contatto con una comunità internazionale di giovani artisti che realizzavano autonomamente libri di fotografia e *zine*.

A new visual culture was emerging and it needed a platform on which people could engage with it: hence he founded Self Publish, Be Happy.<sup>25</sup>

Nel corso degli anni *Self Publish, Be Happy* ha permesso ad un network di giovani fotografi internazionali di farsi conoscere in tutto il mondo ed ha, inoltre, accolto il consenso e l'attenzione di importanti istituzioni con cui si è associato quali la *Tate Modern*, *Foam* e *Aperture*. Questo ha reso possibile un ampliamento della visione iniziale ed un approfondimento della realtà del mondo visuale. Partendo dall'idea di creare una piattaforma che facesse conoscere il *selfpublishing*, lo supportasse e lo legittimasse, ora il progetto, comprende una casa editrice, una biblioteca di oltre 3.000 libri autoprodotti, un programma di istruzione e uno studio creativo sperimentale per dirigere e produrre contenuti visivi all'avanguardia ed eventi socialmente impegnati.

---

<sup>23</sup> Davis H.,(1991): p. 43.

<sup>24</sup> Sito Ufficiale: URL: <http://selfpublishbehappy.com>.

<sup>25</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://selfpublishbehappy.com/information/>.

For Ceschel and the many, mainly young, photographers whose work he highlights, self-publishing seems like an outgrowth of the 'zine culture that has long flourished around the indie music and skateboard scenes. It is, says Ceschel, all about "thinking and creating outside the mainstream model of publishing, which most young photographers cannot afford or simply don't want to get involved with because it doesn't fit their way of working". In an age when the alternatives to mainstream publishing are increasingly affordable and creatively liberating, self-published photography in all its different forms may yet become the norm.<sup>26</sup>

### 1.2.1.2 Fanzine

Si può definire *fanzine*<sup>27</sup> fotografica, detta anche *zine*, una stampa, a basso costo, prevalentemente in *selfpublishing*, di un piccolo libro fotografico. Si avvicina a livello estetico più ad una rivista, pur non essendolo, che ad un fotolibro, in quanto la qualità della carta è notevolmente inferiore e si usano tecniche di stampa differenti: se per il libro si ricorre, infatti, a stampe fotografiche di tipo *C-Type* o *Fine art*, i processi usati per le *fanzine* sono tipografici, CYMK. Si rilegano spesso con delle spillette e le copertine sono difficilmente rigide. Nate nel mondo della musica *underground* e spesso vendute per pochissimo o regalate, avevano come scopo quello di far circolare idee e visioni ad un prezzo molto basso. Le prime *fanzine* erano solo fotocopiate e spillate, mentre oggi stanno diventando molto di moda e stanno nascendo anche librerie e portali per la vendita online.

I lettori di *zine* sono un pubblico di fedeli e appassionati di fotografia.

La tiratura non deve normalmente superare le mille copie anche se è più comune che molti esempi non raggiungano neanche le cento copie. L'intento primario è quello di comunicare una visione, un pensiero sull'immagine fotografica e sul mondo e non principalmente quello di trarre profitto dalla pubblicazione, per questo il prezzo è basso.

---

<sup>26</sup> O'Hagan S., *Self Publish, Be Happy! The DIY saviours of photography*. (25 Novembre 2015). URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/nov/25/self-publish-be-happy-saviours-of-photography>.

<sup>27</sup> L'origine etimologica del termine (che risale al 1940) è data da una contrazione dei termini inglesi Fan e Magazine. In Italiano la traduzione sarebbe "rivista amatoriale".

Recentemente molti fotografi hanno riscoperto la tradizione delle *fanzine* per auto pubblicare i proprio lavori. Iniziare con le *zine* apre, infatti, le porte verso il *selfpublishing* e, conseguentemente, avvicina al mondo dell'editoria indipendente.

Un'esempio molto curioso è *Fosfoleina69*<sup>28</sup>, pubblicato nel dicembre 2015 in un centinaio di copie, firmate e numerate, da Massimo Napoli e Fabrizio Quagliuso.



29

Sono nate anche molte librerie o siti che si occupano di vendere o recensire le *fanzine*: in particolare è da riportare l'esempio di *Zines of the Zone*<sup>30</sup>, una libreria itinerante di *zine* e di libri autoprodotti.

Nata come progetto no-profit in Francia, *Zines of the Zone*, ha viaggiato in tutta Europa con un furgone per presentare i libri e per raccogliere nuovi progetti accompagnata da musica, installazioni, performances, conferenze e workshop.

I fondatori del progetto spiegano che la loro idea è nata poichè «in the field of photography, the self-publishing phenomenon is an artistic trend that has known an

---

<sup>28</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://www.fabrizioq.com/printed>.

<sup>29</sup> Immagine presa dal sito ufficiale.

<sup>30</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://zinesofthezone.net>.

amazing boom in the past decade. It by-passes the established circuits of publishing and does not only offer pictures to look at, but uses the book as a media in itself. As these objects are produced in limited copies and as they are sold at an affordable price, they catch the attention of many a collector and appear to be quickly sold out, out of reach»<sup>31</sup>.

Creare, dunque, una collezione pubblica che permettesse a tutti di conoscere queste realtà, anche quelle che già sono in *sold out*. La tiratura limitata, infatti, rende molto difficile, in alcuni casi, riuscire a reperire alcuni libri autopubblicati.

Questa iniziativa è molto interessante perché offre una maggiore visibilità a questi lavori, li rende accessibili e fruibili a tutti e, in un certo senso, interrompe il mercato dell'arte.

We want to offer a mode of transmission that, unlike virtual platforms, would give credit to the physical qualities of the books. We do not like borders. This is where the idea of being nomadic came from. Our influences take their roots in the lifestyle of circus artists, tekno travellers, beat generation poets, and gypsies. We travel with a van, and we organize small tours to show / collect publications. Our collection started with a big european tour, back in 2014 (we organized around 70 events in 30 countries, meeting local publishers, trying to get a deep understanding of the self-publishing scene in Europe). Our collection is unique in the way it reflects the people we met and the countries we visited. As we consider that the stories behind the books are as important as the books, we usually stay around and talk to our visitors.<sup>32</sup>

È possibile per chiunque vedere il proprio libro girare il mondo grazie a questa fantastica libreria itinerante.

Sono necessari solamente tre requisiti:

- Il libro deve essere prodotto tramite *selfpublishing*, piattaforme online o, comunque, in modo indipendente.
- Il libro deve contenere delle fotografie.
- Devono esistere un minimo di quattro copie del libro.

---

<sup>31</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://zinesofthezone.net/pages/about/>.

<sup>32</sup> idem.



Nel 2016 due giovani fotografi Ilaria Crosta e Niccolò Hébel hanno fondato *Zine Tonic Editions*<sup>33</sup>, una casa editrice indipendente di *fanzine* fotografiche, che ha come linea guida quella di individuare un'accurata selezione di libri e *fanzine* provenienti da case editrici indipendenti o autoprodotti.

*Zine tonic* pubblica anche i lavori di altri fotografi curandone i dettagli e i contenuti, è un'associazione culturale che «promuove la fotografia organizzando eventi, mostre, proiezioni, incontri attraverso la produzione d'edizioni limitate di *fanzine* fotografiche»<sup>34</sup>, ma, soprattutto, ha creato *Foto Gang*, un micro festival dell'editoria nato come libreria itinerante ed effimera di cui parleremo in seguito.

Il 19 e 21 Maggio 2017 è ritornato per la seconda edizione a Roma il *Funzilla Festival*, un festival dedicato interamente alle *fanzine* fotografiche italiane e straniere. Due giorni di dibattiti, incontri, workshop, confronti e presentazioni editoriali che attirano appassionati e professionisti.

Paolo Cardinali che, insieme a Alessandro Ciccarelli e Danilo Palmisano, ha ideato il festival spiega come *Funzilla Fest* sia nato dalla semplice constatazione che «la fotografia è un pesce fuor d'acqua all'interno degli appuntamenti dedicati all'editoria indipendente. Così in collaborazione con Microprisma abbiamo deciso di fare un festival per noi pesci fuor d'acqua. Un appuntamento indirizzato a produzioni che si muovono entro alcuni confini: auto-produzioni, attitudine 'artigianale', tiratura limitata, prezzo ridotto, distribuzione diretta»<sup>35</sup>. *Funzilla* ha, inoltre, partecipato con le sue *fanzine* anche quest'anno a Gazebook, il festival di Punta Secca dedicato al libro fotografico.

---

<sup>33</sup> Sito Ufficiale, URL: <https://www.ilariaetniccolo.com/zinetonic-éditions/>.

<sup>34</sup> idem.

<sup>35</sup> The Mammoth reflex, *A Roma torna Funzilla, il festival dedicato alle fanzine fotografiche*. (12 maggio 2017). URL: <http://www.themammothreflex.com/appuntamenti/2017/05/12/fanzine-a-roma-il-festival-fanzine-fotografiche/>.

### 1.2.1.3 *Selfpublishing* e mostre: l'esempio di Little big press

*Little big press* è il nome di una mostra di volumi e di una libreria itinerante dedicata al *selfpublishing* e al mondo del libro autoprodotta.

Le curatrici Chiara Capodici e Fiorenza Pinna di 3/3 spiegano la necessità di voler iniziare a tracciare una linea di confine, un punto, una storia al fenomeno dell'autopubblicazione e della pubblicazione indipendente. Per i fotografi, infatti, la cura al dettaglio e il poter esprimere la propria creatività sono diventati ormai dettagli imprescindibili che li richiamano con forza verso il mondo dell'editoria indipendente che sta, per l'appunto, vivendo un'epoca fortunata.

Da questo lungo lavoro di ricerca è nata *Little big press*, una raccolta di piccole pubblicazioni indipendenti, autoprodotte, *fanzine*, magazine. Insomma la mostra per la prima volta in Italia offre una mappatura del mercato editoriale fotografico indipendente. [...] L'editoria indipendente di certo non è certo una novità nel campo della fotografia, ma di recente sta diventando sinonimo di sperimentazione.<sup>36</sup>

*Little big press* non è soltanto una mostra ma, come già anticipato, è anche una biblioteca itinerante che conta ormai più di novecento volumi, e una libreria che permette di recuperare edizioni introvabili.

Nel 2013 presso la Libreria Forma a Roma *Little big press* aveva in esposizione una selezione di ottanta titoli.

L'idea è quella di sensibilizzare la cultura italiana al libro autoprodotta e alle realtà indipendenti nazionali e internazionali.

I libri rispecchiano la realtà contemporanea e coinvolgono fisicamente lo spettatore che può avere un contatto diretto con queste opere d'arte editoriale.

---

<sup>36</sup> Sarno A., *Il libro fotografico è fai-da-te*. (15 ottobre 2010). URL: <http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2010/10/15/news/il-libro-fotografico-e-fai-da-te-1.24796>.



37

Chiara e Fiorenza hanno anche condotto alcuni seminari proprio sul come realizzare un libro fotografico, sull'importanza dell'elemento tattile e del contatto fisico. Ad oggi hanno deciso di continuare la loro attività lavorativa singolarmente.

---

<sup>37</sup> Immagini prese da Sarno A. *Little big press, il libro diventa arte*. (15 ottobre 2010). URL: <http://espresso.repubblica.it/visioni/lifestyle/2010/10/15/galleria/little-big-press-il-libro-diventa-arte-1.92686#7>.

Chiara, nello specifico, ha recentemente aperto a Roma una libreria specializzata in editoria indipendente molto interessante chiamata *Leporello*.

## 1.2.2 L'editoria fotografica indipendente

Quando un fotografo decide di iniziare a pubblicare e produrre libri di altri fotografi si trasforma da *selfpublisher* a editore, seppur molto piccolo. È proprio in questo salto, in questa decisione di crescita che si colloca il nuovo e fresco settore dell'editoria fotografica indipendente. Parlare di questa realtà significa, necessariamente, parlare anche del suo prodotto più evidente, il libro fotografico. Nello specifico il libro fotografico prodotto manifesta un'identità altra rispetto ad un semplice prodotto commerciale e, diventa, infatti, un bene culturale, un'opera d'arte. Il lavoro editoriale e questo libro d'arte hanno sicuramente un risvolto ed un excursus differente dalle altre industrie manifatturiere. Le parole, le immagini, le visioni dei fotografi diventano il nucleo portante di questi lavori editoriali indipendenti basati sulla perfezione della forma, sulla cura del dettaglio e sull'alta qualità del contenuto.

Le condizioni della vera editoria di oggi sono: ricerca, scoperta, anticipazione. La grande editoria ha lasciato vuoto un posto, che la piccola editoria è in dovere, ed è in procinto, di occupare. [...]L'editoria è sempre stata una forma di resistenza. Oggi la piccola editoria indipendente è una forma di resistenza. Qualsiasi accordo o intese tra piccoli editori dovrebbero ricordarselo e tenerne conto.<sup>38</sup>

La grande differenza che contraddistingue l'editoria fotografica indipendente da quella tradizionale è proprio la cura per la qualità e per il progetto, la possibilità di avere un terreno fertile, non condizionato, su cui sperimentare. La storia del fotolibro altro non è se non un continuo intreccio fra quella che viene definita come industria culturale e le sperimentazioni avanguardistiche. Rispetto al passato stanno nascendo nel mondo, come in Italia, moltissime piccole case editrici indipendenti che hanno come obiettivo quello di indagare sulla fotografia e di catturare l'interesse del pubblico, sperimentando.

---

<sup>38</sup> Colleu G. (2008): pp. 119-121.

L'editore indipendente è un attivista che con determinazione e, soprattutto, molta passione porta avanti la propria idea di fotografia, la propria visione del mondo.

«Essere indipendente» spiega, infatti, Anne-Marie Métailié, « vuol dire avere la possibilità di mettere i libri e gli autori al centro della nostra attività e dunque di trattarli da amici e alleati [...]. L'indipendenza dell'editore è prima di tutto nella sua testa. Sono convinta anche del fatto che si è indipendenti fintanto che si è disposti a correre rischi»<sup>39</sup>.

Spesso per riuscire a realizzare un libro, infatti, mancano i soldi ed è quindi davvero necessario essere testardi, non ascoltare chi cerca di disilluderti, ma rischiare. Un'editore indipendente deve essere davvero coraggioso. Spesso gli editori di libri fotografici indipendenti sono fotografi che, cominciando con le *fanzine* e il *selfpublishing*, decidono di entrare a pieno nel mondo del mercato editoriale di nicchia. Non hanno magari ancora tutte le caratteristiche dell'editore ma, grazie al supporto e al legame di rispetto e condivisione che si respira fra le micro-editorie, riescono ad avere supporti per poi camminare a passo spedito in questo settore.

Nel 2003 Gigi Giannuzzi a Londra inventa *Trolley Books*<sup>40</sup>, una casa editrice indipendente, specializzata in libri d'arte e di fotografia, capace di pubblicare libri coraggiosi e geniali e di vincere numerosissimi premi. Come lui moltissimi altri fotografi in tutto il mondo hanno aperto piccole realtà editoriali e iniziato a produrre interessanti progetti fotografici su carta.

### **1.2.2.1 Elementi caratterizzanti**

L'editoria fotografica indipendente ha alcuni elementi che la caratterizzano e la contraddistinguono da quella tradizionale:

- Tiratura limitata.
- È una micro-editoria.
- Creazione di un Network di conoscenze e di collaborazioni.
- È una realtà giovane formata da giovani.

---

<sup>39</sup> Ivi p.69.

<sup>40</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://trolleybooks.com>.

- Mantiene un totale distacco dalle agenzie.
- L'appartenenza ad un mercato di nicchia.
- Associa ad un alta qualità del prodotto prezzi contenuti.
- La partecipazione a fiere e festival è considerata fondamentale per il contatto diretto con il cliente.

Analizziamo ora nello specifico gli otto elementi individuati come caratteristici di questo settore dell'editoria. Si è arrivati a questa suddivisione in seguito ad una ricerca basata sulle interviste che saranno presentate nel secondo capitolo e che vedranno, come protagonisti, le più interessanti case editrici fotografiche indipendenti italiane.

### ***Tiratura limitata***

Per tiratura si intende, relativamente alla stampa e alla tipografia, il numero di copie che vengono stampate. Nei progetti editoriali fotografici indipendente la tiratura è sempre limitata, così come lo è quando si parla di *fanzine*. Per una piccola realtà stampare un numero elevato di copie rischiando di non venderle tutte è totalmente svantaggioso. Puntare sulla qualità significa, inoltre, annullare quell'idea che vede nella produzione eccessiva la chiave del successo.

L'obiettivo di queste case editrici non è il profitto, ma, piuttosto, la qualità dell'offerta. Può capitare che, una volta esaurite le copie della prima tiratura, si decida di ricorrere a una seconda stampa.

Incontrando la suggestione di Tiziano Terzani, che vede nella capacità di accontentarsi, la svolta per la felicità, queste micro-editorie puntano al lavoro artigianale e alla precisione.

In genere sono realtà molto piccole e non riuscirebbero, quindi, a sopportare una produzione e una tiratura industriale.

Non bisogna, infatti, dimenticare che alle copie stampate è strettamente legata la loro distribuzione. Non potendo contare sui corrieri usati dall'editoria tradizionale, la distribuzione pesa molto sul budget della piccola casa editrice. Spesso vengono usati come canali di vendita la vendita online o le librerie specializzate, che, però, non espongono mai un numero esagerato di copie.

Restare contenuti permette, dunque, di gestire al meglio sia la parte della curatela del prodotto, sia la sua distribuzione.

La tiratura limitata è una delle ragioni per cui molti libri prodotti indipendentemente sono ora *sold out* e/o sono diventati libri d'arte da collezione, in quanto veramente difficili da reperire.

### ***La micro-editoria***

Le realtà che costituiscono il panorama dell'editoria fotografica indipendente sono molto piccole, sono delle micro-editorie spesso inserite in un contesto locale molto forte. Il termine microeditoria serve a delineare una particolare produzione di nicchia e di mercato con la pubblicazione di una decina di titoli massimo all'anno. Nel 2015 rappresentavano l'1% della produzione italiana con l'uscita di massimo cinquanta titoli annuali.

I micro-editori curano tutto del libro ed instaurano con l'autore, nel caso si tratti di un libro di un fotografo esterno, un rapporto di fiducia e condivisione.

Nascono dall'esigenza di un singolo o massimo di due, tre persone ed è lì attorno che poi si origina il nucleo portante della casa editrice.

Nel panorama italiano le micro-editorie sono veramente tantissime e alcuni esempi fra le più importanti sono:

- L'Artiere Edizioni.
- Tommaso Parillo è il solo fondatore di Witty Kiwi.
- Rorhof, inaugurata da Nicolò Degiorgis, ora un gruppo di lavoro formato da cinque persone.
- Discipula Editions è un collettivo fondato da tre amici.
- Skinnerboox è la scommessa più grande di Milo Montelli.

Nucleo piccolo, atmosfera serena, grandi passioni ed idee sono le chiavi dello sviluppo delle microeditorie.

### *Network di conoscenze e collaborazioni*

La vera forza delle micro-editorie consiste nella numerosa serie di collaboratori e amici con i quali confrontarsi e condividere passione, lavoro ed idee. Queste realtà editoriali fanno parte di un network di conoscenze consolidato nel tempo.

Il contatto diretto, l'incontro fra i micro-editori è alla base della riuscita di un ottimo prodotto editoriale, poiché «ci si allea con altri, ci si associa, si condivide»<sup>41</sup>.

I luoghi migliori per fortificare le relazioni e per creare nuove collaborazioni fra micro-editori sono sicuramente le fiere del libro e i festival di fotografia. In queste occasioni capita spesso che si condividano gli stessi tavoli e questo fortifica il legame che intercorre.

Spesso il network di conoscenze comprende anche grafici, designer, curatori, fotografi ed è, quindi, un'occasione per dare vita a nuovi progetti polivalenti ed internazionali.

La possibilità di imparare, conoscere le opportunità creative è un'attività molto più marcata rispetto a quelle dell'editoria tradizionale che rappresenta un grande calderone da cui esce di tutto. Per quanto piccole realtà, la solidarietà che intercorre è sinonimo di rispetto e non di competizione e questo, penso, sia il loro grande valore aggiunto.

Sono tutti progetti diversi, autonomi ed originali che non si creano concorrenza, ma anzi si sostengono.

L'amicizia è alla base del network che si è creato e delle collaborazioni.

### *Una realtà giovane formata da giovani*

Quello che, ad una prima analisi, colpisce positivamente un osservatore del fenomeno dell'editoria fotografica indipendente è sicuramente scoprire che i protagonisti di queste realtà sono tutti giovani fotografi talentuosi oppure gruppi di giovani artisti, fra cui designer e architetti.

La fotografia rappresenta per loro il campo di scommessa, il terreno fertile su cui coltivare le proprie originali creatività.

Quando si pensa alla figura del manager delle arti, in questo caso ruolo che può essere assimilato alla figura dell'editore, manager della produzione del libro fotografico,

---

<sup>41</sup> Colleu G. (2008): p. 65.



spesso non ci si rende conto dell'importanza che deve avere la conoscenza della forma artistica che si pensa di dirigere. In breve, un manager che vuole lavorare alla promozione delle opere di un pittore dovrà essersi, almeno una volta nella sua vita, sporcato le mani con le tempere e gli acquerelli. Il manager di un gruppo musicale deve aver provato, anche solo per cinque minuti, uno strumento musicale. Per parlare di arte, bisogna diventare arte, farsi pennello, farsi foglio di carta o nota musicale. Così per poter gestire una realtà che si occupa di fotografia, bisogna aver provato a scattare qualche foto, bisogna immergersi in questa realtà.

Vedere giovani fotografi diventare manager, editori e promotori di se stessi, è veramente l'esemplificazione perfetta del vero significato di manager delle arti. Solo conoscendo il proprio progetto si riuscirà veramente a portarlo a termine senza snaturarlo.

Quello che rende uniche queste realtà è proprio la capacità e, soprattutto, la volontà di non snaturare l'idea originale.

### ***Focus sul progetto***

L'obiettivo che una casa editrice indipendente si prefigge è proprio quello di creare un progetto interessante e costruttivo. Questo può voler dire, in alcuni casi, pubblicare anche solo un libro l'anno o addirittura nessuno. Nessun obbligo, nessuna costrizione. Solo pura creatività, originalità del prodotto e volontà di raccontare una storia, una visione, un'idea.

I fondi a disposizione, a volte, non sono sufficienti ed è molto importante vincere i premi istituiti nei festival poiché consentono di incrementare il budget. Alcune realtà indipendenti, attraverso campagne di *crowdfunding*, riescono a stampare lavori veramente meritevoli. Il progetto CALAMITA/À è un esempio di *crowdfunding* perfettamente riuscito, infatti, da un progetto prettamente fotografico, curato da Giampaolo Arena e Marina Caneve, grazie alla raccolta fondi, si è riusciti a stampare una prima tiratura del libro, esaurita dopo neanche i primi due mesi dall'uscita.

### ***Totale distacco dalle agenzie***

Fra le caratteristiche dell'editoria fotografica indipendente, questo è sicuramente uno dei punti da non sottovalutare. Tutto il significato profondo di indipendente ed

indipendenza è legato al totale distacco dalle agenzie e della case editrici tradizionali che guidano il mercato tradizionale fagocitando le realtà più piccole e sottomettendole alla produzione commerciale con lavori privi di spessore e di originalità.

Non dipendere da agenzie significa essere liberi, poter sperimentare.

L'esigenza di creare un piccolo spazio libero che vivesse indisturbato e distante dal mercato comune è il punto saldo di questo tipo di editoria.

Gli editori indipendenti sono gli attori fondamentali che consentono la diffusione delle idee, la promozione dei patrimoni culturali, la trasmissione dei molteplici saperi. Sono i garanti della pluralità delle idee di fronte alla mercificazione crescente della cultura imposta dalle logiche principalmente finanziarie dei gruppi di comunicazione internazionali.<sup>42</sup>

Tutte le decisioni lavorative e creative vengono prese dentro la casa editrice indipendente, senza alcun tipo di condizionamento esterno.

### ***L'appartenenza ad un mercato di nicchia***

Nonostante la costante volontà sia quella di estendere la conoscenza di questa realtà ad un pubblico più vasto, per il momento, il mercato a cui fanno riferimento è un mercato di nicchia. Si parla, infatti, di un pubblico che resta fedele al prodotto. È il pubblico stesso, nella maggior parte dei casi a conoscere queste realtà, in modo diretto, attraverso le fiere che rappresentano il momento di massimo guadagno per queste microeditorie. In queste occasioni si crea un circolo di pubblico fidelizzato che, ogni anno, tornerà a quella fiera per vedere quali nuovi libri la casa editrice indipendente ha da offrire.

Di questo mercato fanno parte i fotografi professionisti, i curatori, i critici, gli artisti, ma anche persone curiose e appassionate. Il pubblico di questo tipo di fare fotografia è, sicuramente, un pubblico colto e consapevole.

Stanno, tuttavia, nascendo delle realtà che cercano di coinvolgere molto il pubblico locale, come ad esempio il festival del fotolibro Gazebook. Per cui, pur restando un mercato di nicchia, la possibilità di incontrare un pubblico più diversificato non è da escludere in un futuro prossimo.

---

<sup>42</sup> Colleu G. (2008): p. 51.

### ***Alta qualità del prodotto e prezzi contenuti***

Addentrando in informazioni più tecniche i libri fotografici prodotti dalle case editrici indipendenti sono caratterizzati da un'alta, se non altissima, qualità della carta, della grafica, del contenuto del libro stesso.

Il lavoro dell'editore diventa, quindi, come quello dell'artigiano. Creatore, plasmatore, si deve fare arte e creare un contenitore libro capace di trasmettere il messaggio che il contenuto fotografico vuole comunicare.

Si può giocare sulla forma del libro, perché un artista può spaziare nella creatività. E così nascono libri che non sono altro che un'unione di più cartoline, oppure libri che non presentano nessuna immagine in copertina proprio per manifestare la volontà di lasciare al contenuto il suo spazio.

Il prezzo dipende dalla copertina e dal tipo di edizione. I cofanetti e le edizioni speciali, ad esempio, possono avere un prezzo differente in base alla preziosità del prodotto.

Si cerca, tuttavia, di mantenere il prezzo basso perché quello che conta non è il profitto del guadagno, ma la buona, anzi, l'ottima riuscita del progetto, la soddisfazione nel vedere le proprie idee concretizzarsi ed eternamente durare sulla carta.

### ***Partecipazione a Fiere del libro e Festival di fotografia***

È impossibile parlare di editoria fotografica indipendente senza fare riferimento a quelli che, forse, sono i canali di distribuzione e promozione più importanti per queste realtà: fiere del libro e festival di fotografia.

Come più volte ribadito, infatti, è grazie a queste occasioni di ritrovo che i micro-editori riescono a farsi conoscere e a creare spunti per nuovi progetti.

La vittoria dei premi, spesso messi in palio durante questi appuntamenti annuali, permette di aumentare notevolmente il proprio budget.

Non vi sarà nessuna casa editrice indipendente che non esporrà i propri libri in una fiera del libro fotografico, anche se pure le editorie tradizionali vi partecipano.

Anzi, da Amsterdam a New York, da Parigi a Punta Secca, da Arles a Milano, ogni anno sono veramente tantissimi gli appuntamenti per la promozione e la distribuzione di questi libri, queste opere d'arte.

### **1.3 La promozione e la distribuzione dei progetti editoriali indipendenti**

Una volta che il prodotto libro fotografico viene ultimato, inizia per la casa editrice indipendente la sfida della promozione e della distribuzione. Non potendo contare sui canali tradizionali comuni del mercato del libro, la maggior parte dei libri vengono promossi tramite mostre, festival, la rete e le librerie specializzate in prodotti fotografici indipendenti.

Ci sono molte riviste online che si occupano della promozione e della pubblicazione dei lavori di fotografi, ad esempio, il magazine elettronico gratuito *Numero Zero*<sup>43</sup>. Su questa piattaforma gli autori, specialmente in stretto rapporto con la Svizzera italiana e con la regione insubica, hanno l'opportunità di pubblicare e di veder promosso il proprio lavoro. *Numero Zero* si struttura poi in base a quelli che sono i progetti proposti e, dunque, non sarà mai uguale.

Il momento della distribuzione è sicuramente quello più critico in quanto, essendo piccole realtà, i mezzi a loro disposizione sono scarsi.

Molte case editrici ricorrono agli abbonamenti e ad un bookshop online, altre si affidano a librerie specializzate. Sicuramente tutte si affidano a quel pubblico che si è appassionato con il tempo e che li segue alle fiere e ai festival.

È per questa ragione che questi eventi rappresentano un nucleo focale della distribuzione e della promozione dei progetti fotografici indipendenti.

Promuovere è necessario, promuovere sui social è, ormai, la prassi di una qualsiasi attività lavorativa. Grazie alle nuove tecnologie, il fatto di poter con un click arrivare, attraverso la newsletter o un social, nelle case delle persone, ha velocizzato la promozione dei libri. Tuttavia, il canale di promozione privilegiato rimane quello del contatto diretto con il cliente, proprio per mantenere l'importanza del contatto fisico con il prodotto, con il libro fotografico.

---

<sup>43</sup> Sito Ufficiale, URL:<http://numerozero.ch>.

### 1.3.1 Le Fiere del libro e i Festival di fotografia

Con il termine *festival* si intende una manifestazione artistica periodica che si tiene, tendenzialmente, nella stessa località. Dalla musica all'arte, dal cinema alla letteratura ogni anno un pubblico, più o meno, vasto partecipa a questi eventi per aggiornarsi sulle novità del mondo della cultura e per immergersi in realtà che appaiono ad occhi stranieri come magiche ed estranianti. Il tempo si ferma e nel momento del festival tutto ruota attorno all'arte nella declinazione più globale del suo significato. Anche la fotografia vive ed offre la sua voce a numerosissimi festival e fiere in tutto il mondo: basta consultare velocemente i numerosi blog su internet per capire che, anche nel 2017, gli appuntamenti sono stati numerosi e hanno coinvolto il mondo della fotografia e dell'editoria indipendente. Solo alcuni esempi possono essere il *26th photoLa* a Los Angeles, *Circultation(s) -Festival de la jeune photographie européenne* a Centquatre - Parigi, *Dusseldorf Photo Weekend 2016* a Dusseldorf, *XIV Seravezza Fotografia* a Palazzo Mediceo, Seravezza, *Brescia Photo Festival* a Brescia, *Focus Photography Festival Mumbai* a Mumbai, *LOOK 17/ Liverpool International Photography Festival* a Liverpool, *Kyotographie International Photogtaphy Festival 5th edition on LOVE* a Kyoto, *12 edizione Milano Photofestival* a Milano, *Scotiabank CONTACT Photography Festival* a Toronto, *Fotografia Europea 2017* a Reggio Emilia, *Head On Photo Festival* a Sydney, *London Photo Festival* a Londra, *Vienna Photo Book Festival* a Vienna, *Les Rencontres de la Photgraphie, Arles 2017* a Arles, *Landskrona foto festival* in Svezia a Landskrona, *Paris Photo* a Parigi, *Gazebook-Sicily Photobook festival* a Punta Secca e ancora fiere ad Amsterdam come *Unseen* e a New York la fiera del photobook.

Le realtà indipendenti, dalle case editrici ai singoli *selfpublisher*, partecipano a questi festival dedicati alla fotografia proprio per farsi pubblicità e per farsi conoscere dal pubblico nazionale e internazionale.

Questi eventi, infatti, accolgono un target di pubblico ampio: da appassionati a semplici viaggiatori curiosi. I festival della fotografia rappresentano, inoltre, il momento perfetto per farsi conoscere e, allo stesso tempo, per avere sempre nuovi stimoli. Come per la musica, questi festival sono, per le realtà indipendenti, non solo fondamentali, ma vitali. Un certo pubblico ne sarà attratto, una certa comunità coinvolta e, come un filo rosso, si

arriva a creare un microcosmo editoriale capace di alimentarsi da solo e di sopravvivere, grazie al gusto per la qualità, rispetto ad un mercato tradizionale in crisi.

Una ricerca sull'editoria indipendente fotografica non può, dunque, sottovalutare questi eventi poiché essi rappresentano quei momenti in cui si mostra al pubblico il proprio prodotto.

In questi ultimi anni, inoltre, sta nascendo la necessità di creare uno spazio proprio per questo nuovo fenomeno dell'editoria indipendente fotografica e, quindi, si stanno inaugurando interessantissimi festival, fiere o eventi all'interno di festival fotografici, relativi al libro e all'editoria indipendente.

New York, Amsterdam, Parigi fino alla Sicilia: il fenomeno è internazionale e il suo rilievo permette di capire l'importanza che questo settore sta assumendo, soprattutto, nell'ambiente fotografico.

Durante tutto l'anno si alternano fiere e festival di editoria: un esempio è l'*Offprint Paris*, una fiera dell'editoria d'arte che raccoglie gli editori istituzionali e indipendenti provenienti da tutto il mondo. Questa fiera è occasione d'incontro per editori e librerie indipendenti proveniente maggiormente da Londra, Berlino e Amsterdam. Nel 2017 la nona edizione della fiera si è tenuta a Parigi dal 9 al 12 Novembre 2017 ed ha ospitato più di 120 editori indipendenti specializzati in arte contemporanea, fotografia e graphic design.

*Offprint* è anche una piattaforma di supporto per editori specializzati in arte, architettura, design, cultura visuale. Ogni anno vengono organizzate due fiere: *Offprint Paris*, di cui abbiamo parlato precedentemente, e *Offprint London* che si svolge a maggio alla *Tate Modern* ed ospita 140 editori indipendenti.

Questo è solo un esempio per mostrare quanto i festival e le fiere siano in crescente sviluppo e, soprattutto, quanto siano importanti come canali di promozione e distribuzione.

### 1.3.1.1 Ambiti e network di collaborazioni fra micro-editori: Il caso de *Les Rencontres de la Photographie* ad Arles

Per illustrare, in modo più specifico, come il fenomeno dei festival della fotografia e l'editoria indipendente siano, ormai, facce di una stessa medaglia è sicuramente interessante portare il caso de *Les Rencontres de la Photographie* ad Arles. Situato nel sud della Francia, esso rappresenta uno dei più importanti festival di fotografia contemporanea ed, oltre ad essere un esempio per tutti i festival di fotografia, dal 2015 ospita, normalmente nella prima settimana di luglio, anche *Cosmos Arles*: un evento dedicato interamente all'editoria indipendente e al libro fotografico.

L'idea alla base de *Les Rencontres*, l'idea di incontri, è la suggestione che mi piace affiancare alla parola festival. Questi eventi sono momenti di scambio reciproco e di conoscenza, momenti di amicizia e di scoperta, che permettono a queste realtà indipendenti di mantenere una linea guida e un'identità specifica e originale nel contesto contemporaneo. Spesso i festival sono ad invito e, dunque, gli editori vengono chiamati per essere presenti così creando un giro di conoscenze, una comunità che si auto-mantiene, ma che soprattutto si fa conoscere e si apre agli altri.

I luoghi dove si organizzano i festival diventano parte integrate della stessa manifestazione, si fanno contenitori e contenuto. Tutto viene assorbito da un concentrico vortice di sensazioni che portano anche la popolazione locale ad una inaspettata riscoperta del territorio.

C'est Arles qui a fait passer la photographie d'auteur, de l'émergence à la reconnaissance.<sup>44</sup>

*Les Rencontres de la Photographie* si tiene nel periodo estivo, da inizio luglio a fine settembre, nella cittadina di Arles, situata in Provenza. Il festival è stato fondato nel 1970 dal fotografo Lucien Clergue, dallo scrittore Michel Tournier e dallo storico Jean-Maurice Rouquette.

---

<sup>44</sup> Rouquette J.M., Barrau D., Dumoulin P. (2017): p.3.



L'idea era quella di creare un momento di incontro per discutere, parlare e fare fotografia in Francia. Maryse Cordesse sottolinea come *les Rencontres* abbiano aiutato molto la Francia a recuperare il suo ritardo in fotografia.

Il faut comprendre que, lorsque j'ai commencé à m'occuper des Rencontres en 1977, la photographie en France n'existait pas: Les Conservateurs français n'étaient pas intéressés, et ce vocable n'existait pas au sein du ministère de la Culture. Il n'y avait pas grande chose au Centre Pompidou, qui avait un peu raté le coche.<sup>45</sup>

Questo manifestazione era, infatti, agli inizi un modo per far incontrare i fotografi, farli discutere, conoscere. Fino alla fine degli anni ottanta il festival era essenzialmente composto da un circolo di persone selezionate, gli«inités», nuovo e giovane.

---

<sup>45</sup> *ivi*, p 203.



Le persone venivano per osservare le esposizioni, ma anche per essere introdotti al mondo della fotografia tramite stages o incontri con fotografi noti. Creare, dunque, una nuova realtà di incontro in territorio francese che desse spazio ai giovani per esplorare le novità del momento. Tutto è nato da un riunione fra amici e dall'idea di organizzare e proporre dei «safari photo» in automobile attraverso la Camargue, il più grande delta fluviale dell'Europa occidentale, che si trova a circa una trentina di minuti da Arles. Fotografare, festeggiare, mangiare e assaporare l'aria di Arles partendo da una base comune: la passione per la fotografia. Nel 1877 esisteva già al Teatro Antico di Arles un festival, ma dopo la guerra aveva perso la sua importanza e si era ridotto a banale mediocrità. Il comune di Arles aveva, dunque, convocato Lucien Clergue e Jean-Maurice Rouquette per risollevarlo, ma l'impresa risultò un insuccesso. Fu in questa occasione che, come racconta Rouquette, Lucien Clergue ebbe l'idea di creare qualcosa di nuovo.

Et c'est à ce moment là, que Lucien a cette idée de génie, il me dit: "Ecoute, notre seule spécificité par rapport aux autres c'est la photographie, alors, il faut faire quelque chose pour la photographie! On va faire, mais à partir de la photographie! C'est notre seule façon, notre seule issue, pour braves toutes les difficultés." [...] L'idée qui vient aussi de Lucienm géniale et originale, c'est de faire venir des photographes vivants, jeunes, capables de s'exprimer et capables de dialoguer avec un public.<sup>46</sup>

Un circolo di amici, dunque, che invita altri amici ad un momento conviviale, un banchetto dove ci si nutre di fotografia e novità: questo è l'inizio di tutto. Successivamente, dopo l'arrivo di François Hébel, il pubblico è diventato sempre più vasto e internazionale e oggi Arles è il primo festival mondiale della fotografia. Gli artisti si ritrovano ogni anno in un appuntamento quasi rituale e, così, anche gli editori e gli appassionati di fotografia.

Qu'est-ce qui fait se retrouver chaque année des certaines de personnes? Des expos? Certes, des images grandioses aident à faire se fondre individus de tous âges, origines, statut social. On ne comprend pas toujours les paroles mais on parle la même langue: celle de l'esprit, de

---

<sup>46</sup> *ivi*, pp. 9-10.

la créativité, de l'espoir aussi, de la tolérance et du plaisir de pouvoir parler à une table avec des dieux de l'image. Cette langue, c'est l'espéranto des photographes qui se retrouvent à Arles. Cette langue, s'appelle: RENCONTRES.<sup>47</sup>

La fotografia stessa è diventata ormai parte del costume e della società ed Arles è diventata simbolicamente la città della fotografia.

Quando nel 1975, durante un reportage, è stato domandato a Lucien Clergue perché Arles fosse diventata la capitale estiva della fotografia egli rispose « Arles est une ville qui était située sur une voie romaine importante et qui est toujours une grande voie de voyage. À l'entrée de la Camargue, elle explose sur diverses contrées extrêmement différentes. Peut être est-ce cela qui m'a incité justement à mettre la photographie face à la peinture, à la musique, à l'ouvrir vers... À la sortir d'un ghetto en quelque sorte, à l'ouvrir au maximum ». <sup>48</sup> Il paesaggio e il valore storico artistico di questa città l'hanno resa, dunque, il luogo perfetto per diventare parte integrante del festival.

*Les Rencontres* diventa un luogo dove la fotografia professionale, in tutte le sue varianti, può essere presa sul serio ed essere vista come espressione artistica e giornalistica di alto valore, pienamente degna di interesse culturale.

Dignità della fotografia professionale, quindi.

Il critico Gabriel Bauret definendo Arles come « le grande affaire d'une génération » <sup>49</sup> mette in luce come un'intera generazione di giovani sia stata segnata da questa manifestazione. Arles è diventata come l'università della fotografia e con gli anni ha assorbito tutte le novità esterne rinnovandosi sempre.

L'editore Bertrand Eveno ricorda Arles come un giovane, suggestione interessante che, a mio avviso, riesce a rinchiudere l'essenza di questo festival creato da giovani per i giovani e per una fotografia giovane.

---

<sup>47</sup> *ivi*, Claude Andréini, p. 99.

<sup>48</sup> *ivi*, p 205.

<sup>49</sup> Amar P.J. (2017): p. 44.

Arles était un jeune, Arles était un bel enfant en plein croissance, qui bougeait en tous sens ses jeunes articulations, et qui courait dans toutes les directions, si variées, que le médium photographique permet.<sup>50</sup>

Tutto in questa città rimanda alla fotografia: appena arrivati alla stazione si viene, infatti, subito catapultati in una realtà che sembra fuori-tempo. Nel passaggio che collega l'uscita dalla stazione ai binari si nota subito la presenza della fotografia data da scorci dalla visione quasi cinematografica.

Il Festival è articolato per tutta la città che diventa luogo di esposizione, tanto da creare una continuità fra le fotografie esposte e i monumenti che le ospitano. Ad ogni angolo, nelle piccole strade di Arles piene di vita, si scorgono gallerie e manifesti che pubblicizzano le numerose esposizioni. Quello che più colpisce un visitatore alle prime armi è proprio questa venerazione per la fotografia che si riscopre per le strade della città. È come se tutto convergesse attorno alla fotografia e anche gli stessi abitanti fossero, oramai, diventati parte di questa sensazione. L'impressione è proprio di trovarsi in un luogo in sospensione: la fotografia è diventata parte della quotidianità e si mescola sapientemente alle risate dei turisti nei bar, attorno all'arena. Arles, città dipinta e cara a Van Gogh, già ricca di storia, si è fatta contenitore e a sua volta contenuta di una delle più interessanti espressioni della contemporaneità. *Les Rencontres* come incontri del visitatore con la fotografia, degli artisti con le opere, degli appassionati con ospiti internazionali, ma anche della città con il turista, della città con l'arte. Il Festival comprende anche spettacoli e concerti nei luoghi che sono patrimonio culturale e paesaggistico della città.

Per poter esemplificare meglio come veramente girando per le stradine di Arles si possa respirare fotografia in ogni dove, ecco alcune foto, scattate giovedì 27 luglio 2017.

---

<sup>50</sup> *ivi*, p. 26.









Arles è una meta imprescindibile se si vuole parlare di fotografia e, anche, di editoria fotografica, poiché vi è una parte del festival dedicata proprio al libro e alle case editrici e vi sono anche due premi molto interessanti. Questa città è immagine significativa di come, nella contemporaneità, la parte editoriale sia imprescindibile da quella artistica. Il libro fotografico, prodotto da realtà piccole, ma creative ed indipendenti è, potremmo dire, parte integrante del post produzione di un progetto fotografico stesso.

Depuis près d'un demi-siècle, les Rencontres inventent, découvrent, subliment des sites arlésiens. La variété des lieux d'expositions joue dans la magie du festival: une vingtaine de monuments du patrimoine architectural mis à la disposition des Rencontres par la ville d'Arles: la friche industrielle des anciennes papeteries Étienne qui sera cette année encore

le décor de la Nuit de l'Année: le nouveau site d'Émile-Combes prêté par la communauté d'agglomération Arles-Crau- Camargue-Montagnette: Ground Control à la gare SNCF, le Méjan prêté cet été par Actes Sud et le parc des Ateliers déjà cité - aura t d'atmosphères différentes dans des lieux à la personnalité unique qui font es Rencontres une expérience multiple pour le visiteur.<sup>51</sup>

La popolazione locale ha accolto e fatto proprio questa manifestazione fin dagli inizi quando la Place du Forum diventava centro di animazione, luogo di ritrovo amicale e occasione per i fotografi di mostrare le loro opere e di scoprire quelle degli altri. È in questi luoghi di vita comune che la popolazione locale, abituata a frequentarli, ha avuto i primi contatti con la fotografia. L'impatto del festival sull'economia arlesiana è, inoltre, notevole e cresce ad ogni edizione. Solo per quando riguarda il lavoro, infatti, si parla di parla di 400 assunzioni estive in più di cui 235 con un contratto di 6 mesi. Direttamente e indirettamente, quindi, *les Rencontres* portano all'economia della città circa 22 milioni di euro.

Nel 2017, alla quarantottesima edizione, il Festival è, ancora, una delle più importanti manifestazioni sulla fotografia contemporanea. Se nel 2010 aveva accolto 73000 spettatori, l'edizione del 2016 ha attirato ben 100000 visitatori da tutte le parti del mondo.

Quaranta esposizioni in giro per la città, notti sonore, conferenze, workshop, stages: questo è stato Arles 2017, fra il mondo reale e il mondo virtuale.

Les Photographes révèlent, racontent, témoignent, inventent, réparent, reconstruisent avec leur propre langage, celui de l'image. <sup>52</sup>

Con queste parole il direttore del Festival, Sam Stourdze, ha introdotto l'edizione del 2017 nel momento della sua inaugurazione.

---

<sup>51</sup> Schiavetti H. *L'alchimie de l'été arlésien*, Catalogo Arles 2017 les rencontres de la photographie.

<sup>52</sup> Le point (2017): p.3.



This history and reputation mean Arles is able to pull in the big names, which this year means including solo shows by Joel Meyerowitz, Michael Wolf, Gideon Mendel, Masahisa Fukase, Alex Majoli and Roger Ballen; plus an exhibition on Surrealism organised by Le Centre Pompidou and including works by Hans Bellmer, Erwin Wurm and Rene Magritte.<sup>53</sup>

Grandi autorità e noti fotografi sono stati ospitati dal 3 luglio al 24 settembre 2017: dalle prime opere di Joel Meyerowitz, agli stimoli della fotografia latino- americana, alla città e i suoi ritmi immortalati da Michael Wolf, ad uno sguardo di 63 obiettivi sull'Iran, a Masahisa Fukase, a The house of the Ballensque est di Roger Ballen, da Fukushima di Carlos Ayesta & Guillaume Bression a Gabriele Basilico, dalla novità di 28 artisti colombiani al surrealismo portato dal Centre Pompidou che festeggia in tutta Francia il suo quarantesimo anniversario.

Molti fotografi sono giunti alla notorietà proprio grazie alla partecipazione a *Les Rencontres* a dimostrazione di come questo festival sia un vero e proprio trampolino di lancio per i giovani artisti, ma non solo.

Arles è il festival della fotografia e qui si incontrano tutti. E' un appuntamento importante per capire le nuove tendenze e l'evoluzione nel campo fotografico. E poi, essere ad Arles diventa il modo per creare nuovi contatti e realizzare delle co-produzioni.<sup>54</sup>

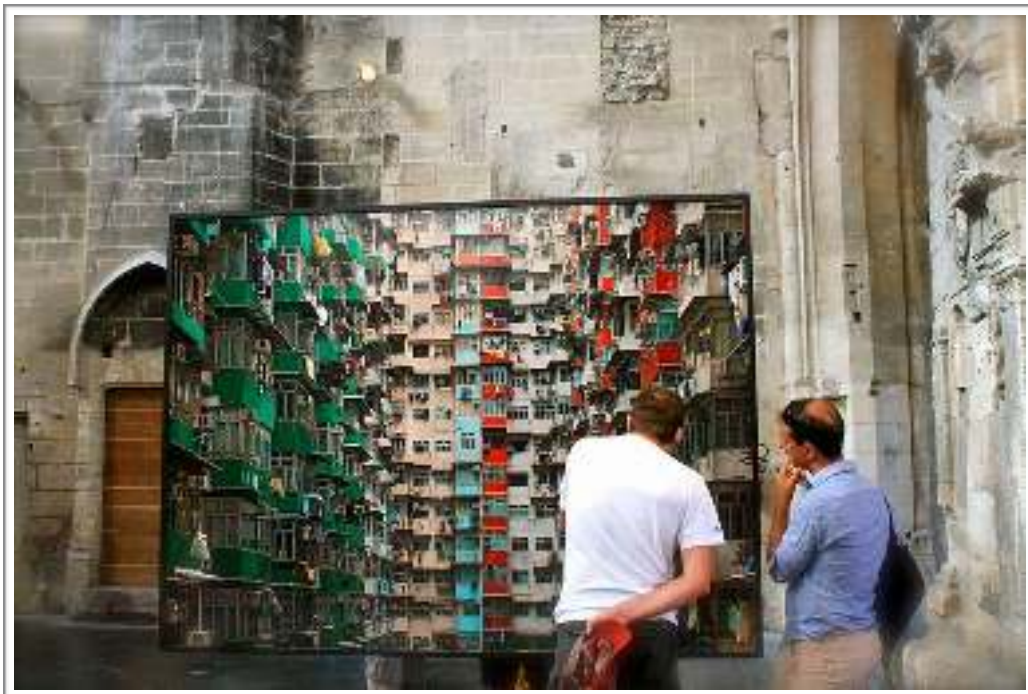
Per rendere più coinvolgente e stimolante lo studio di questo festival ecco una serie di fotografie che mostrano i punti precedentemente illustrati: dall' inserimento nel contesto urbano, all'afflusso di visitatori da tutto il mondo.<sup>55</sup>

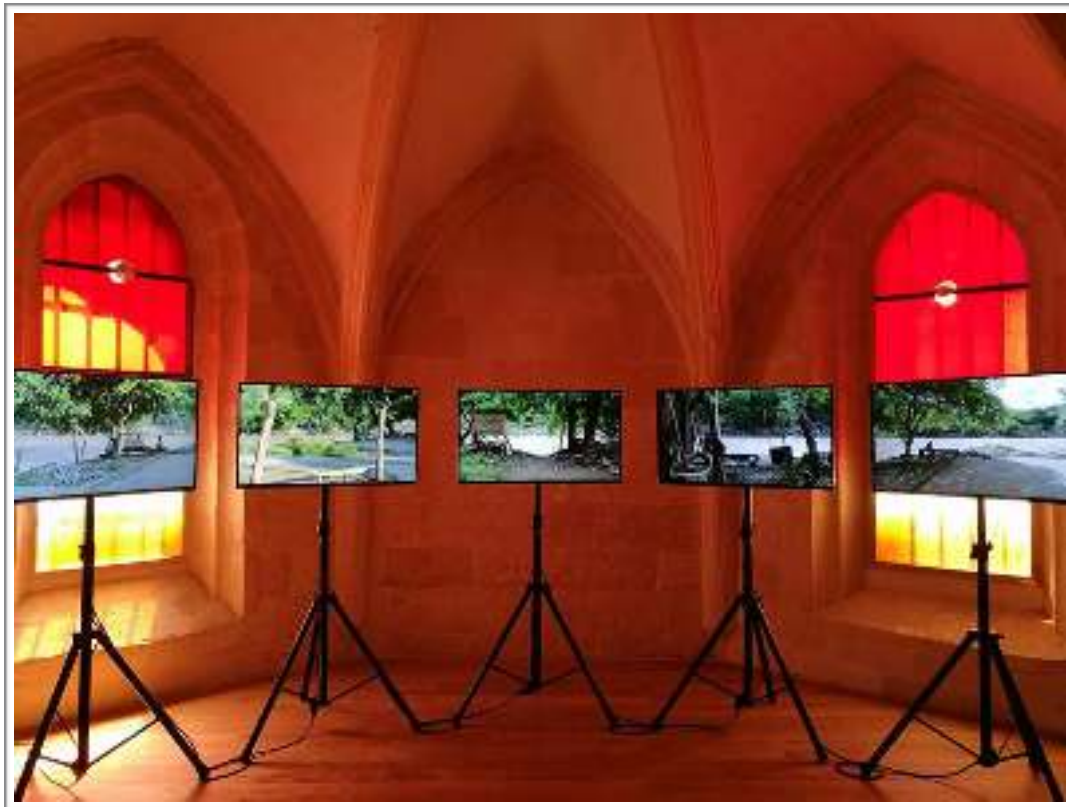
---

<sup>53</sup> Smyth D. *Arles 2017: new open!*. (3 luglio 2017). URL:<http://www.bjp-online.com/2017/07/festivals-whats-on-at-arles-2017/>.

<sup>54</sup>*Festival di Fotografia Les Rencontres d'Arles 2017. Intervista a Marcello Fortini*, Arts life. URL: <http://www.artslife.com/2017/07/18/les-rencontres-darles-2017-intervista-a-marcello-fortini/>.

<sup>55</sup>Le foto sono state realizzate da me durante la visita al festival effettuata in data 27 Luglio 2017









La fotografia contemporanea è dinamica e in continua evoluzione e, come tale, anche il mondo del libro fotografico e del *selfpublishing*.

Dal 2015 il festival di Arles ha, infatti, deciso di ospitare: *Cosmos*.



*Cosmos*, fondato e diretto dal 2009 da Olivier Cablat e Sabastian Hau, è pensato come un laboratorio d'espressione delle pratiche contemporanee in fotografia, editoria e arte visuale. Dedicato alla celebrazione del libro fotografico e delle pratiche sperimentali attorno alla fotografia, l'evento riunisce ogni anno più di 24 editori internazionali proponendo una selezione di novità, di libri rari e di edizioni limitate. Diventa un luogo di convivialità, di scambio e di condivisione. Propone, inoltre, progetti di edizioni sperimentali, di conferenze, di pop-ups, di incontri con gli artisti e una moltitudine di

eventi attorno al libro fotografico. Dal 2015 *Cosmos* è entrato a fare parte integrante del Festival di Arles e costituisce una fiera del libro nel festival.

*Cosmos-Arles book* diventa uno spazio satellite, come viene definito nel catalogo della manifestazione, dedicato alle pratiche contemporanee della pubblicazione fotografica. Il libro continua ad occupare, dunque, un posto privilegiato e nel 2017 circa 80 editori nazionali ed internazionali specializzati si sono ritrovati dal 3 all'8 luglio per presentare i loro progetti e libri.

Questa è la ragione principale per cui parlando di editoria indipendente fotografica non si può tralasciare il festival di Arles e nello specifico *Cosmos- Arles Book*.



In questa occasione il libro fotografico diventa protagonista e la notorietà del festival permette a questi editori specializzati di farsi conoscere e conoscere le altre realtà. I libri presentati sono di alta qualità e nell'arco del festival vi è la possibilità di concorrere per due premi: il primo riguarda *le prix du livre* che si divide in tre categorie, (*le livre d'auteur, le livre historique, le photo-texte* - dal 2016-) giudicate da una giuria di esperti, durante la settimana di apertura della manifestazione, che assegna un premio di 6000 euro per ogni categoria; il secondo è il *Luma rencontres Dummy book award* e

consente al vincitore di ricevere un budget di 25000 euro per realizzare la pubblicazione del suo progetto fotografico. Il *Prix du livre* è stato decretato il 4 Luglio 2017 da una giuria «présidé par Florian Ebner (Centre Pompidou) et composé de Laia Abril (photographe), Jérôme Marc (Fnac), Vera Michalski (Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature), Wim van Sinderen (Fotomuseum Den Haag) et Newsha Tavalian (photographe) a délibéré »<sup>56</sup>.

Per il 2017 i vincitori sono stati:

- LAURÉAT DU PRIX DU LIVRE D'AUTEUR :

Ville de Calais  
Henk WILDSCHUT  
GWINZEGAL, éditeur version française ; Henk WILDSCHUT, auto édition  
version anglaise

- MENTION SPÉCIALE PRIX DU LIVRE D'AUTEUR :

Kent Klich, Gaza Works  
Kent KLICH, Louise WOLTERS, Dragana VUJANOVIC OSTLIND  
KOENIG BOOKS LTD, Suède

- LAURÉAT DU PRIX DU LIVRE PHOTO TEXTE :

The Movement of Clouds around Mount Fuji, photographed and Filmed by  
Masanao Abe  
Masanao ABE, Helmut VÖLTER  
SPECTOR BOOKS, Allemagne.

- LAURÉAT DU PRIX DU LIVRE HISTORIQUE :

LATIF AL ANI  
Latif AL ANI, Morad MONTAZAMI, Tamara CHALABI  
EDITIONS HANNIBAL, Belgique

- LUMA RENCONTRES DUMMY BOOK AWARD ARLES 2017:

Olga Kravets  
Maria Morina  
Anna Shpakova  
Okasana Yushko

Pour Grozny:Nine Cities

---

<sup>56</sup> Dati consultabili sul sito URL: <https://www.rencontres-arles.com/fr/actualites/index/12/prix>.



Questi premi rappresentano un elemento importante perché permettono ai giovani artisti e, anche, ai giovani editori di emergere e farsi conoscere, oltre che di ricevere una cospicua somma di denaro utile per incrementare il proprio budget da investire nei vari progetti. L'idea è proprio quella di ospitare nello spazio del *collège Mistral* un evento che accolga esempi diversificati di editoria contemporanea: da quelli più tradizionali a quelli che, invece, sono più sperimentali. Creare un luogo di discussione attorno al tema del libro fotografico che, ormai, è diventato parte integrante del processo di realizzazione del progetto fotografico stesso. Riunire le foto in un libro significa dargli vita negli occhi del futuro lettore e, quindi, dotarlo di eternità.

Sono molti gli editori italiani indipendenti che hanno partecipato alla quarantottesima edizione del festival di Arles a dimostrazione del fatto che l'Italia ha assunto, oramai, una posizione autorevole nel campo dell'editoria indipendente fotografica: *0\_100 Limited Editions, Akina, Cesura Publish, Danilo Montanari, Defrost, L'Artiere Edizioni, Origini Edizioni, Postcard srl, Rorhof, Skinnerboox, Witty Kiwi.* <sup>57</sup>

In tutto il mondo i festival e le fiere dedicate alla fotografia e agli editori indipendenti stanno crescendo a dismisura, soprattutto dal 2015. Tramiti inviti, conoscenze e appuntamenti abituali i giovani editori possono farsi conoscere e, dunque, queste manifestazioni diventano uno dei principali canali di promozione e distribuzione dei loro progetti editoriali.

Osservando i partecipanti del 2017 è chiaro veramente chiaro come Arles nello specifico sia, ancora dopo quarantotto edizioni, un punto di riferimento fondamentale anche per l'editoria fotografica indipendente.

Credo che il valore più grande di questa manifestazione sia la capacità di adattarsi al cambiamento, sentire gli stimoli del contesto che lo circonda e farli propri.

È importante osservare come realtà piccole, ma forti, si siano create un loro spazio specifico e siano in crescita esponenziale. Basti pensare gli editori presenti ad Arles nel 2017 erano, come già precedentemente sottolineato, un'ottantina e provenienti da tutto il mondo.

Quello che viene privilegiato in questo festival è sicuramente il tema dell'incontro con il possibile lettore e con le differenti realtà concorrenti che si sono originate nel mondo.

---

<sup>57</sup> Dati sul sito URL: <http://www.cosmosarlesbooks.com/publishers17.php>.

Interessante è osservare come, ad Arles, vi sia una grande voglia di muoversi verso un target di pubblico più ampio per fuoriuscire dalla produzione di nicchia, in senso stretto, e orientarsi verso una condivisione più estesa.

Parlare di *Rencontres*, incontri, è quindi significativo e penso che sia il termine adatto per riassumere queste realtà e le loro suggestioni. Si parla di incontri di idee, incontri di persone, di giovani editori, incontri di storie e di possibilità per farsi largo nel mercato indipendente. Questo tipo di mercato è libero, è possibilità di essere se stessi e di sperimentare. Tutti si conoscono e si fanno conoscere, il target di pubblico è forse più di nicchia, ma è amante della qualità e diffusore di cultura.

La carta e il suo durare nel tempo, il suo profumo e la sua importanza per la fotografia permettono, infatti, di decretare il successo del libro fotografico rispetto all'abissamento dell'editoria tradizionale ormai soppiantata da e-book e dalle nuove tecnologie.

A *Cosmos* è possibile respirare, nelle proposte dell'editoria fotografica indipendente, questa spinta e questa volontà di ricerca della qualità ed esaltazione del contenuto.

### **1.3.2 Il supporto dei Social Network**

Pubblicare su Facebook è ormai parte della quotidianità.

Nell'editoria fotografica indipendente tende a primeggiare l'idea che il libro fotografico debba farsi strada da solo: l'arte non ha bisogno di troppi *spam* sui social. Tuttavia, anche queste realtà ricorrono alla rete per mostrare i loro prodotti editoriali.

Innanzitutto i siti web non sono da trascurare in quanto costituiscono buona parte della faccia promozionale della casa editrice. Su questi siti è possibile, infatti, iscriversi alla newsletter, abbonarsi e comprare online i libri presentati. Si può, inoltre, accedere alle pagine ufficiali sui social network fra i quali trionfa facebook seguito da instagram.

Su facebook si possono ritrovare, nelle pagine delle realtà editoriali indipendenti, tutti gli appuntamenti, i libri usciti, le interviste e, la dove fossero organizzati, i workshop specifici.

Su instagram, invece, si privilegia la fotografia e, dunque, vengono inseriti i libri e anche la partecipazione agli eventi quali festival e fiere. Ultimamente va molto di moda anche utilizzare le storie di instagram per mostrare in tempo reale quanto sta accadendo.

Un esempio di uso interessante dei social è successo durante Gazebook, il festival del

fotolibro. I creatori hanno, infatti, sempre usato moltissimo il web per pubblicizzare l'evento, dai *selfie* promozionali della prima edizione fino a pubblicare nelle storie instagram e su facebook la diretta con le conferenze che si sono susseguite nei tre giorni di festival. Questo ha reso possibile anche a chi non avesse avuto la possibilità di partecipare di essere, comunque, presente.

Usate a dovere queste nuove possibilità della tecnologia possono, dunque, essere delle armi veramente potenti da sfruttare per promuoversi e promuovere la propria unicità artistica.

### **1.3.3 Le librerie specializzate**

È necessario, dopo aver affrontato il tema dell'importanza della fotografia stampata e della carta, studiare ed approfondire l'importanza di quei luoghi indipendenti nati per vendere i prodotti di queste realtà e per offrire al pubblico visitatore un nido in cui trovare il profumo delle pagine e l'originalità delle idee. Si parla delle librerie specializzate, realtà ibride che fanno dei libri fotografici e della fotografia la loro forza.

Identità. Competenza. Rapporto coi clienti. [...] E non è un fenomeno solo italiano. Proprio in quell'America dove l'ebook avrebbe dovuto cancellare il libro di carta (il libro elettronico è invece fermo al 24 per cento del mercato trade) e Amazon cannibalizzare le librerie, le indipendenti sono cresciute in questi anni del 20 per cento. L'inversione di tendenza è chiara: i cambiamenti nei comportamenti di acquisto aiutano le piccole librerie. «Le persone stanno tornando nei negozi locali, dove scoprire libri ai quali non sapevano di essere interessate», notano gli analisti della società di revisione e consulenza Deloitte. Le scoperte nascono frugando tra gli scaffali. O grazie a consigli sapienti.<sup>58</sup>

Stanno nascendo moltissime librerie specializzate che si occupano di distribuire, promuovere, far conoscere e toccare i libri prodotti, pur non essendo ancora per l'editoria fotografica indipendente un canale di distribuzione ottimale.

Nello specifico prenderemo in esame tre realtà del panorama italiano, che lavorano e si occupano di dare spazio e voce anche all'editoria fotografica

---

<sup>58</sup> Minardi S., *La rivincita dei piccoli librai*. (25 giugno 2015). URL: <http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2015/06/24/news/la-rivincita-dei-piccoli-librai-1.218627>.

indipendente:

- Micamera a Milano, la più grande libreria italiana specializzata in fotografia.
- La nuovissima libreria Leporello aperta a Roma.
- La librerie itinerante Foto Gang nata dall'esperienza e passione di *Zine Tonic Editions*.

### 1.3.3.1 Micamera a Milano

A Milano, in via Medardo Rosso, nel 2003, Giulia Zorzi e Flavio Franzoni hanno fondato Micamera Bookstore<sup>59</sup>, una libreria indipendente, plurifunzionale, consacrata alla fotografia contemporanea e diventata ispirazione per nuove idee.



60

Organizzata attorno a due poli: la libreria e la galleria che ospita circa sei/sette mostre l'anno, Micamera è un piccolo tesoro da custodire e preservare, un luogo indipendente che ancora si prospetta come obiettivo quello di promuovere il lavoro degli artisti e il culto dell'immagine fotografica contemporanea.

---

<sup>59</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://www.micamera.com>.

<sup>60</sup> Foto presa da Gammarota G., *Intervista a Giulia Zorzi e Flavio Franzoni. micamera – lens based arts*.(dicembre 2012). URL:<http://www.puntodisvista.net/2012/12/inchiesta-arte-fotografia-milano-intervista-giulia-zorzi-flavio-franzoni-micamera-lens-based-arts/>

Oggi rappresenta una delle più grandi librerie specializzate in Italia, una delle più fornite al mondo, ed offre la possibilità di confrontarsi con volumi nuovi, usati o testi rari anche firmati dagli autori per un totale di oltre 5000 titoli selezionati tra i libri di fotografia.

La libreria è, inoltre, anche sede di numerose attività e dell'Associazione Micamera<sup>61</sup>.

Nata nel 2004 e focalizzata sulla fotografia e la video arte, si occupa anche di cinema e di design e la sua reputazione è riconosciuta all'estero.

L'idea originale era quella di aprire solamente un bookshop online, e la possibilità di aprire un negozio fisico è arrivata in un secondo momento per caso. Dal momento che è difficile reperire libri fotografici a Milano, Micamera si offre come possibilità per riscoprirli e ritrovarli.

Iniziando con 800 libri in uno spazio di 25 metriquadri il progetto ha, subito, preso piede e attirato moltissimi fotografi, editori ed appassionati. Con il tempo lo spazio si è ingrandito e anche le attività a lui legate, quali conferenze ed eventi.

La selezione degli oltre 5000 volumi è principalmente fatta attraverso un gusto personale e si concentra sulla fotografia americana degli anni settanta, lasciando, però, uno spazio dedicato all'editoria fotografica italiana indipendente per promuovere, così, i giovani fotografi.

Alongside the day-to-day running of the bookshop, the couple also stage photography-relates events. In their gallery space adjacent to the bookshop, the couple has held many exhibitions and hosts numerous talks. One initiative that has been especially popular involves inviting a book publisher and an artist who has worked with them to put on an exhibition and conference; the gallery shows a selection of prints by the artists alongside a display of photobooks by the publisher. "This is a project we started with Gigi Giannuzzi of Trolley Books some years ago, and it has proved very successful" says Zorzi. <sup>62</sup>

Micamera ha anche pubblicato il proprio magazine di fotografia che viene distribuito gratuitamente in zona.

Spiega, infatti, Giulia Zorzi: «I don't consider Micamera to be only a bookshop, although the bookshop is at the heart of things and it is the book that give us inspiration

---

<sup>61</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://www.micamera.it>.

<sup>62</sup> Padley G., *Micamera - an accidental photobook shop*. (dicembre 2013).

to organize events. It all started from looking at books and it's still very much linked to that notion»<sup>63</sup>.

### 1.3.3.2 Leporello a Roma

Chiara Capodici dal 2009 al 2016 si è occupata di curatela, di progettazione e disegno di libri fotografici presso lo studio 3/3 con Fiorenza Pinna.

Quest'esperienza ha portato alla realizzazione anche di mostre, fra le quali spicca per innovazione ed importanza *Little big press*, sul libro fotografico autoprodotta.

A gennaio Chiara ha deciso di fondare a Roma Leporello, una libreria incentrata prevalentemente sulla fotografia, con l'idea di creare un collegamento fra i libri fotografici e quelli di architettura, grafica, illustrazione e, in futuro, anche di letteratura.

Quando cercavo libri, dovevo scegliere se muovermi sempre con una valigia per acquistarli in festival internazionali e alcune librerie in Europa, oppure comprarli online, precludendomi il gusto di confrontarmi con qualcuno che ne aveva approfondito i contenuti prima di me.

La mia è una scelta che va in direzione contraria a quella che un economista potrebbe chiamare di ottimizzazione del profitto, ma che sento importante nel nostro contesto attuale. In fondo mi sembrava semplicemente assurdo che a Roma non potesse esserci un posto così.<sup>64</sup>

L'indipendenza di Leporello è data dal suo non assimilarsi, del non far parte di una grande catena e di non appoggiarsi a distributori come *Messagerie*.

Se il pubblico e la distribuzione a cui fa riferimento Leporello possono definirsi, infatti, di nicchia non bisogna, tuttavia, dimenticare che questo mercato è molto particolare perché, pur non interessando a molti, ha, invece, un grande impatto a livello culturale sul Paese.

---

<sup>63</sup> Idem

<sup>64</sup> Giorgi E. *Altri stati per la fotografia. Parola a Chiara Capodici*. (29 aprile 2017). URL: <http://www.tribune.com/arti-visive/fotografia/2017/04/intervista-chiara-capodici-leporello-roma/>.



65

In un'intervista Chiara Capodici spiega la sua volontà di continuare a fare mostre di libri all'interno di questa libreria proprio per stimolare la domanda con la conoscenza e il contatto materiale con la fotografia.

Un genere di attività simile è rischiosa e la stessa fondatrice ne è consapevole: «la mia commercialista [...] mi ha detto che era un suicidio, perché in generale in Italia il settore del piccolo commercio è affossato, figuriamoci se legato alla vendita di un prodotto così poco conosciuto e riconosciuto. Eppure non mi sembra una fantasia peregrina pensare che se aprire e gestire un'attività commerciale fosse facile come in Gran Bretagna, o aprire uno spazio culturale a vocazione non principalmente commerciale fosse riconosciuto – a livello fiscale – come lo è per esempio in Olanda, l'economia di un Paese come il nostro non ne trarrebbe che beneficio»<sup>65</sup>.

In un paese come l'Italia dove questo tipo di realtà non viene per nulla supportato, questa commerciante che si definisce “atipica” cerca di resistere e di andare avanti in un progetto che ha l'aria di aprire nuove prospettive e visioni su questa realtà giovane, ma estremamente affascinante.

---

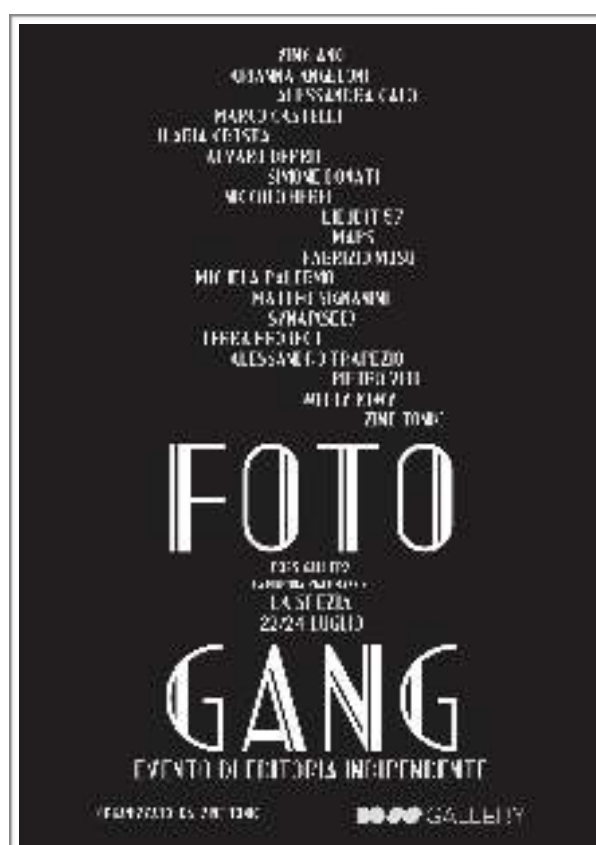
<sup>65</sup> idem

<sup>66</sup> idem.

### 1.3.3.3 Foto Gang: una libreria itinerante

Foto Gang è una libreria itinerante aperta ai fotolibri prodotti dall'editoria fotografica indipendente e alle *fanzine* di fotografia. Nata dall'esperienza di *Zine Tonic Editions*, la casa editrice indipendente di *fanzine* fondata da Ilaria Crosta e Niccolò Hébel, nell'estate del 2016 sta diventando, in breve tempo, una sorta di micro-festival, un riferimento per il mondo dell'editoria, poiché aperta a quelle che sono le produzioni indipendenti più interessanti ed originali del mondo fotografico contemporaneo.

Nel 2016 il viaggio di Foto Gang ha raggiunto La Spezia, Milano, Venezia e il tour del 2017 ha visto l'approdo nella città di Firenze, presso la Fondazione Studio Marangoni, ed il 16-17 settembre, invece, a Prato.



67

I tour e gli eventi itineranti permettono a tutti di godere dei libri raccolti da questa libreria e di assaporarne la preziosa unicità.

---

<sup>67</sup>URL: <http://alessandracalo.it/save-the-date-foto-gang-la-spezia-un-piccolo-festival-dedicato-alleditoria-fotografica-indipendente/>



La maggior parte dei volumi esposti sono libri d'artista difficilmente reperibili o volumi che, essendo privi di casa editrice, non hanno avuto la stessa distribuzione del classico libro fotografico.

Un esempio di autori che venivano presentati durante la tappa di La Spezia del 22-24 luglio 2016 è la seguente: Ying Ang, Arianna Angeloni, Alessandra Calò, Marco Castelli, Ilaria Crosta, Alvaro Deprit, Simone Donati, Niccolò Hébel, Lieudit 57, Maps, Fabrizio Musi, Michela Palermo, Matteo Signanini, Collettivo Synap(see), Terra Project, Alessandro Trapezio, Pietro Viti, Witty Kiwi e Zine Tonic.<sup>68</sup>

Nella sede di *Officine fotografiche*<sup>69</sup> a Milano, Foto Gang ha aperto una libreria di fotografia dedicata ai prodotti dell'editoria fotografica indipendente e ai libri autoprodotti. È in sede che giovedì 28 settembre 2017 è stato festeggiato il primo anno di vita dell'iniziativa.

La libreria organizza eventi, conferenze e partecipa anche a fiere e festival, nello specifico è bene ricordare la partecipazione a *Gazebook* in Sicilia.

Gli ideatori stessi sottolineano, infatti, come, nonostante al momento la sede sia a Milano, loro continueranno a « fare eventi fuori sede, ospitati in altre realtà culturali, permettendo a chi non può venire a Milano, di conoscere comunque questa fetta della scena fotografica attuale»<sup>70</sup>.

Lo scopo che si sono prefissato è, infatti, certamente quello di dare spazio a progetti fotografici indipendenti emergenti, ma, soprattutto, di fare conoscere queste realtà e diffonderle così da creare una vetrina per autori, collettivi e case editrici indipendenti nazionali ed internazionali.

---

<sup>68</sup> Dati consultabili sulla pagina URL: <http://alessandracalo.it/save-the-date-foto-gang-la-spezia-un-piccolo-festival-dedicato-alleditoria-fotografica-indipendente/>.

<sup>69</sup> Sito Ufficiale, URL: <http://milano.officinefotografiche.org/appuntamenti/fotogang/>.

<sup>70</sup> Dalla Pagina ufficiale di Facebook, URL: [https://www.facebook.com/pg/FOTOGANGBOOKSHOP/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/FOTOGANGBOOKSHOP/about/?ref=page_internal).



---

## Capitolo secondo

---

### LE REALTÀ INDIPENDENTI NEL PANORAMA ITALIANO

*La fotografia è l'unico «linguaggio» compreso in ogni parte del mondo e, superando tutte le nazioni e le culture, unisce la famiglia umana.<sup>71</sup>*

In questo secondo capitolo verrà presentata una panoramica specifica che coinvolge le realtà indipendenti nel panorama italiano.

Considerando il libro, la produzione di un progetto fotografico e la sua promozione, come le parti finali del complesso lavoro a cui fotografi, editori e curatori sono soggetti, le realtà sono state inserite in tre specifici mondi.

I primi due sono il mondo della carta, che vede nel libro cartaceo il prodotto finale dell'editoria, e il mondo della rete, che, invece, si propone di affrontare il calderone del web per riportare alcune delle realtà indipendenti italiane più interessanti. A questi due mondi è affiancato un terzo, che si distingue dai primi in quanto funge da anello di giunzione e da estremità valida per la distribuzione del prodotto libro fotografico ed illustra, inoltre, le fiere e i festival di fotografia più importanti in Italia.

Il materiale raccolto è la rielaborazione di una somma di informazioni ottenute tramite interviste dirette con queste realtà, eseguite fra gennaio 2016 e ottobre 2017, una ricerca sui loro siti web e sulle loro pagine *facebook* e *instagram* ufficiali dalle quali sono state prese anche le foto utilizzate.

Analizzare questi mondi permette di comprendere quanto il fenomeno dell'editoria fotografica indipendente stia diventando importante anche in Italia.

---

<sup>71</sup> Gernsheim H. (*creative Photography*, 1962) in Sontag S. (2004): p. 165.

## 2.1 Il mondo della carta

La fotografia, come già precedentemente affermato, è nata per essere legata alla carta. Per quanto un progetto possa nascere su una piattaforma digitale, o in una mostra, l'ambizione della maggioranza dei fotografi è di produrre un libro fotografico.

Fotografia è carta e l'editoria fotografica indipendente si occupa di rendere il mondo della carta come parte portante di queste realtà.

In Italia, nello specifico, il libro fotografico sta vivendo un momento di particolare sviluppo e non solo per i grandi autori, ma soprattutto per i giovani autori e i fotografi emergenti che, seguendo l'onda di crescita di questo settore, si stanno facendo largo e presentando progetti e idee piene di vita e coraggio. Sono davvero tante le realtà che stanno prendendo piede, dall'autoproduzione che porta a laboratori di sperimentazione fino alla creazione di case di edizione indipendenti.

In Italia si sono sviluppate negli ultimi dieci anni piccole realtà editoriali indipendenti che coinvolgono professionisti molto giovani. Noi italiani siamo molto ammirati all'estero per questa fervida crescita di editori indipendenti (diversa è la situazione francese). In Italia sono nate, infatti, tantissime piccole realtà con una grande voglia di fare. Ovviamente, poiché, nel nostro paese tutto viene dal privato, la richiesta non è enorme, ma il lato positivo è che in Italia tutte queste piccole realtà sono specializzate in diversi ambiti e non si crea concorrenza. [...] Anche da piccole realtà possono nascere dei bei progetti, l'importante è non concentrarsi sui collezionisti, ma girare, partecipare a fiere, festival, manifestazioni. <sup>72</sup>

Nuovi editori, piccoli e piccolissimi, pubblicano pochi libri, ma di alta qualità e, soprattutto, con una linea e un progetto editoriale ben delineato. Partendo dall'idea che la fotografia trova la sua eternità sulla carta questi progetti di micro-editoria coinvolgono, a più livelli, fotografi, più o meno noti, artisti, curatori del linguaggio delle immagini. Non soltanto case editrici, ma anche artisti che lavorano con gallerie e riviste online che rendono la fotografia professionale più vicina a tutti i curiosi. Senza la pretesa di guadagno, ma con la volontà di creare un momento di condivisione e scoperta: ecco quello che accomuna i fotografi/editori che sono stati coinvolti.

---

<sup>72</sup> Intervista a Gianluca Gamberini, L'Artiere Edizioni.

Le realtà intervistate sono nove e rappresentano alcune fra le più significative delle realtà indipendenti nel panorama italiano.

### **2.1.1 L'Artiere Edizioni**

L'Artiere Edizioni<sup>73</sup> è una giovane casa editrice nata in provincia di Bologna quattro anni fa circa da un'idea di due fratelli gemelli Gianluca e Gianmarco Gamberini e specializzata in fotografia contemporanea. Gianmarco si occupava già dell'azienda grafica *Le grafiche dell'Artiere*<sup>74</sup>, fondata nel 1977 da Patrizia e Gianni Gamberini e divenuta una garanzia nel panorama delle aziende grafiche italiane proprio grazie alla sua ricerca sulla carta, una carta che possa durare nel tempo. Il nome Artiere lega in una parola le abilità dell'artista e quelle dell'artigiano. La passione per la qualità del libro e della carta è sempre stata, infatti, parte della vita di questi due fratelli che sono cresciuti a stretto contatto con l'azienda. Questo ha permesso la trasmissione di un bagaglio culturale e esperienziale altissimo nell'ambito della stampa che hanno saputo applicare nella realizzazione del libro fotografico. L'Artiere rappresenta la fusione perfetta fra l'eccellenza della bellezza estetica e l'eccezionale conoscenza dell'arte stampata.

Poiché siamo anche un'azienda grafica abbiamo scelto di mettere insieme tutti gli aspetti che ci piacevano e di eliminare gli aspetti e i distributori che non ci convincevano così da creare libri capaci, nel loro genere, di rispecchiare l'idea di formato e grafica originale, caratteristica, che potesse rappresentarci al meglio. Abbiamo una forma di collezione pensata in modo tale che tutti i libri abbiano lo stesso formato e la stessa idea grafica per semplificare e rendere più identificabile il prodotto rispetto agli altri.

Tutto è nato durante uno dei soliti giri annuali fra fiere e mostre in Francia: «guardando questi libri è nata l'idea di creare una casa editrice» racconta Gianluca durante l'intervista. Gianluca si occupa, in quanto fotografo, dei contenuti e di scegliere i curatori da contattare e i fotografi da presentare cercando di dare ad ogni progetto un tocco di novità, mentre Gianmarco si occupa della parte introduttiva. «Ci sono solo due

---

<sup>73</sup> Sito ufficiale: <https://www.lartiere.com>.

<sup>74</sup> Sito ufficiale: <http://www.graficartiere.com/azienda/chi-siamo/>.

persone all'interno dell'Artiere anche se poi dietro si nasconde una realtà molto più complessa», continua nell'intervista.

La filosofia e l'elemento caratteristico della produzione editoriale dell'Artiere sono quelli di preservare un'altissima qualità dei prodotti offerti. «Produrre libri di ottima qualità, ma non con prezzi da collezionisti», proporre ai clienti oggetti preziosi, curati, artigianali, selezionare con attenzione i fotografi che fanno parte del panorama fotografico contemporaneo internazionale.

Il libro stampato è un oggetto che permane nel tempo, è contenitore di una storia fotografica, ma anche contenuto dell'opera d'arte stessa. L'Artiere ha fatto della qualità di produzione la sua marca distintiva sul mercato.

La nostra filosofia è quella di creare un libro che possa rimanere nel tempo a chi lo possiede. L'idea è, quindi, di concentrarsi non solo sul contenuto o sulla forma, ma di dare voce ad entrambe queste facce dell'editoria, del libro fotografico.

I fotografi scelti possono essere già noti nel panorama internazionale come Max Pam, ma anche fotografi sconosciuti al grande pubblico come Victor Cobo; l'importante è che, come filo conduttore, rimanga sempre quello della qualità del lavoro finale e l'originale unicità del progetto proposto.



**PROMISES TO KEEP**

Photography by Max Pam

Text: Laura Serani

2016

Size of the book: 24.5 x 30.5 cm

104 pages – Four-colour printing

First Edition: 500 copies

Hardcover package

Published in English

Cover price: 45,00 Euro (VAT included)

**EXIT PLEASURE**  
Photography by Victor Cobo  
Text: Larry Fink  
2016  
Size of the book: 24.5 x 30.5  
cm  
80 pages – three-colour  
printing  
First Edition: 500 copies  
Hardcover package  
Published in English  
Cover price: 45,00 Euro (VAT  
included)



Per quanto riguarda la scelta dei fotografi Gianluca Gamberini spiega che non vi è alcuna selezione e che tutto dipende da un interesse e da uno studio personale effettuato in terreno nazionale e internazionale: «Un team di curatori scelti propone, ogni anno, una decina di lavori fotografici da editare. È poi insieme al curatore che si decide con quali progetti partire e quello che sarà il lavoro di editing. Spesso questi fotografi sono in America, Giappone, Australia, SudAfrica e, quindi, risulta difficile lavorare faccia a faccia con loro. L'importante, però, è ritrovare sempre qualcosa di diverso da mostrare, su cui lavorare. Sarà il curatore ad occuparsi del testo introduttivo. La parte sicuramente più divertente, nella realizzazione di un progetto editoriale, è quella produttiva».

Ogni libro prodotto dall'Artiere deve essere, dunque, diverso e unico. Un incontro e un dialogo fra curatore e fotografo.

Le difficoltà che abbiamo riscontrato sono sorte, soprattutto, durante il primo anno, come è normale. Facciamo, comunque, un altro lavoro che permette di equilibrare il tutto. Dal secondo al terzo anno c'è stato un pareggio di bilancio. Ora è un'attività piuttosto produttiva che ha permesso di realizzare progetti interessanti e ha dato inizio alla possibilità di sperimentare. Un'idea che abbiamo portato avanti, nonostante potesse sembrare una scelta temeraria e azzardata, da molti sconsigliata, è stata quella di non mettere foto in copertina. L'obiettivo era diventare identificabili. L'idea è, infatti, quella di creare un contenitore: il libro come contenitore, dunque, per lasciare spazio alla fotografia di

esprimersi nella sua essenza. Per quanto riguarda il *graphic designer*, invece, lavoriamo da tantissimi anni con Gianni Giulianelli ed è lui ad occuparsi della *collections*. Per la collana di Urbanautica, essa dipende da Steve Bisson. Ad oggi abbiamo pubblicato dodici, tredici libri e presentiamo tre diverse collane.

Ogni libro ha una vita sua poiché diversi sono i tempi e i costi di produzione, l'Artiere può arrivare anche a far uscire trecento-cinquecento copie poiché questo è un modo anche per permettere di rientrare nelle spese.

### **2.1.1.1 Le collane de l'Artiere**

Le tre collane sono divise in *l'Artiere Editions* che presenta due sezioni: *l'Artiere collection* e *Special editions*; *Urbanautica collections* e l'ultima nata, la *Champion Photobooks*. Nel primo anno di vita della casa editrice hanno pubblicato sei volumi in modo da iniziare a creare un catalogo da offrire al pubblico. A partire dal 2016, i titoli sono diventati quattro e l'idea, per il futuro, è proprio quella di continuare su questa linea editoriale cercando di ridurre il numero dei volumi così da puntare ad uno studio sulla qualità del prodotto. Il 100% dei fondi per produrre sono, al momento, interni.

#### ***L'Artiere Editions***

Raccoglie i volumi nati dall'attenta selezione fotografica e dal curato lavoro di produzione ed attenzione dei colori e delle stampe. Si divide nella collezione vera e propria e in quelle che sono delle *limited editions*, vi sono anche dei cofanetti.

Per ogni libro sono riportati sul sito ufficiale i dati tecnici, una descrizione e le foto.

Fanno parte di questa collezione anche i libri di Max Pam e Victor Cobo precedentemente illustrati.

In seguito vengono presentati alcuni dei libri pubblicati in questi anni dall'Artiere. Sul sito ufficiale è, inoltre, possibile ritrovare tutti i volumi pubblicati che sono in vendita online. Studiando le copertine dei volumi si nota come, partendo dal 2013, vi sia stata un'evoluzione del progetto editoriale: le copertine, infatti, diventano man mano prive di immagini proprio per valorizzare il dentro del libro, il suo contenuto, per diventare scrigni avvolti dal mistero della pagina bianca, dell'anonimato. Da foto a un semplice titolo su sfondo neutro.





**THE BEATS**

Fotografie di Larry Fink  
 Testi: Gerald Stern , Robert  
 Cordier e Larry Fink.

Anno **2014**

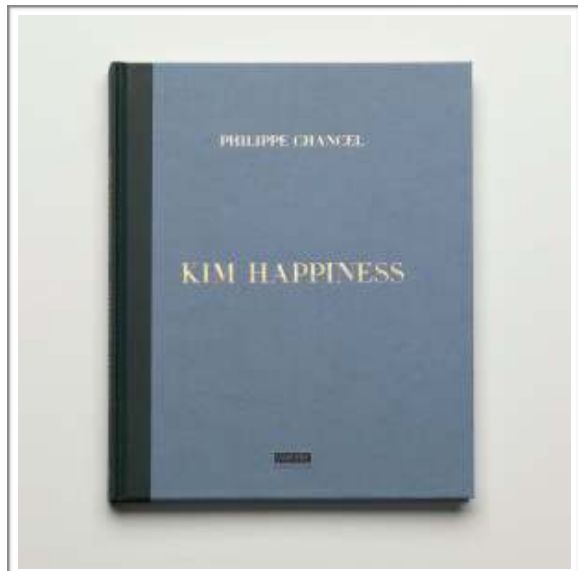
Formato volume: cm 24,5 x  
 30,5

96 pagg – stampa a tre colori

Confezione Cartonato

Edito nella versione: inglese

**KIM HAPPINESS**  
 Photography by Philippe  
 Chancel  
 Text: Michel Poivert  
**2015**  
 Size of the book: 24.5 x 30.5  
 cm  
 106 pages – Four-colour  
 printing  
 Hardcover package  
 Published in English  
 Cover price: 45,00 Euro (VAT  
 included)



**NEW GESTURES**

Photography by Nico Krijno

Text: Sophie Wright

Curated by: Sean O'Toole

**2016**

Size of the book: 24.5 x 30.5 cm

96 pages – Four-colour printing

First Edition: 500 copies

Hardcover package

Published in English

Cover price: 45,00 Euro (VAT  
 included)

**PATH IN BETWEEN**  
Photography by Hajime Kimura  
Text: Yumi Goto  
**2016**  
Size of the book: 24.5 x 30.5 cm  
104 pages – Duo tone printing  
First Edition: 500 copies  
Hardcover package  
Published in English  
Cover price: 45,00 Euro (VAT  
included)



**THE POLARITIES**  
Photography by Larry Fink  
Text: Laura Serani  
**2017**  
Size of the book: 24.5 x 30.5  
cm  
144 pages – Three tone printing  
First Edition: 700 copies  
Hardcover package  
Published in English  
Cover price: 45,00 Euro (VAT  
included)

Si possono ordinare anche le collezioni che comprendono quattro o sei volumi dell'*Artiere collection catalog* e il cui prezzo varia dai 140 ai 200 euro.

Vi sono, inoltre anche dei box che permettono di ricevere quattro o sei volumi dell'edizione speciale al prezzo variabile di 1200-1800 euro.



Per ogni libro prodotto vengono, inoltre, proposte ai clienti dell'Artiere delle edizioni limitate esclusive disponibili sia per le edizioni sia per le collezioni. Questi volumi rappresentano una possibilità imperdibile per i collezionisti proprio per l'unicità e l'esclusività del volume.

Una tiratura di circa 25 volumi, presentati in un packaging elegante, con in allegato una delle foto presentate all'interno del volume, in una stampa di altissima qualità.<sup>75</sup>

### *Urbanautica Collections*

Questa collana presenta quattro volumi ed è nata da una collaborazione con Urbanautica, il cui fondatore, Steve Bisson, si occupa della produzione e della distribuzione dei volumi. Una collezione di libri dedicata al rapporto tra la rappresentazione fotografica e l'esperienza dello spazio. Ogni libro è un'edizione limitata, disegnata nel dettaglio, dallo studio del concetto editoriale all'attenta selezione delle immagini e alla cura precisa dei materiali e dei processi di stampa.

---

<sup>75</sup> URL:<https://www.lartiere.com/edizioni/limited-edition/>.

**FEED A DIFFERENT  
IMAGINATION**

Fotografie di: Andrea Bosio, Fernando Brito, János Buck, Fabio Carlitos Cheko, Daniele Cinciripini, Barbara Ciurej & Lindsay Lochman, Diego Fabro, Paolo Fusco, Sabine Grootendorst, Eugenia Maximova, Diego Mayon, Freya Najade, Klaus Pichler, David Pollock, Thieu Riemen, Richard Rocholl, Alnis Stakle, Rob Stephenson, Brian Ulrich, Marco Maria Zanin  
Testo: Henk Wildschut  
Anno: **2015**  
Dimensione del libro: 20 x 26 cm  
104 pagine – stampa a quattro colori  
Copertina Rigida  
Designed by Traccia  
Lingue: Inglese / Italiano  
Prezzo di copertina: 40,00 Euro (IVA Inclusa)

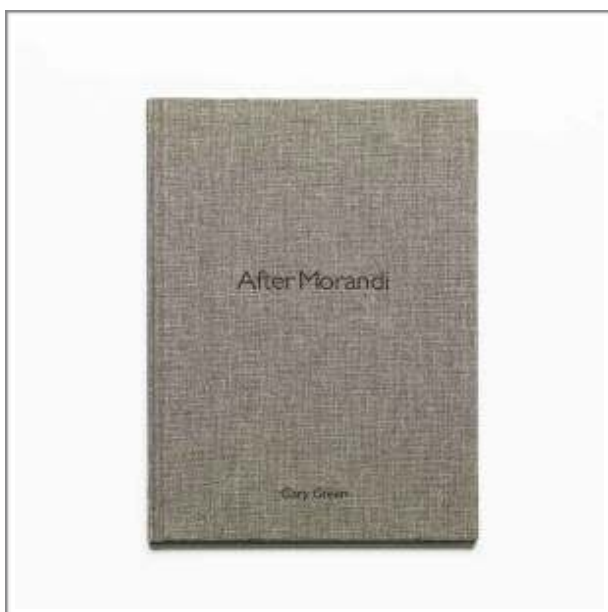


**MINOR COLLISIONS**

Fotografie di David Wilson  
Testo: Paul Newland  
**2015**  
Dimensione del libro: 21 x 28 cm  
64 pagine – stampa in quadricromia  
Copertina rigida  
Lingua Inglese  
Prezzo di Copertina: 35,00 Euro (IVA inclusa)

**LANDSCAPE  
MATERIALS**

Photography by Edoardo  
Hahn  
Text: Steve Bisson; Nicola  
Braghieri  
**2015**  
Size of the book: 20.5 x  
26.5 cm  
104 pages – Four-colour  
printing  
Softcover package  
Published in English /  
Italian  
Cover price: 30,00 Euro  
(VAT included)



**AFTER MORANDI**  
Photography by Gary  
Green

**2016**  
Size of the book: 33.5  
x 22 cm  
32 pages – Three-  
colour printing  
First Edition: 350  
copies  
Hardcover package  
Published in English  
Cover price: 45,00  
Euro (VAT included)

***Champion Photobooks***

È l'ultima collezione nata e creata in collaborazione con il curatore Rodrigo Orrantia. Consiste in progetti fotografici commissionati da artisti che hanno interesse negli archivi fotografici aprendo dialoghi con la storia vista attraverso una prospettiva

contemporanea. Verrà lanciato ogni anno un libro lavorando, ogni volta, con un artista di un paese diverso in modo da presentare la storia di un “campione ignoto” evocando la sua presenza attraverso un lavoro fotografico contemporaneo.

Vengono raccontate, dunque, le storie di persone che, nel loro piccolo, sono statue degli eroi. Un esempio è il lavoro di un fotografo sardo Danilo Murru il quale ha realizzato un lavoro dedicato a suo nonno che lavorava in una miniera in Sardegna. La storia del nonno viene raccontata attraverso la fotografia contemporanea.

**WHAT REMAINS / CIÒ CHE  
RIMANE**

Photography by Danilo Murru

Text: Rodrigo Orrantia

2016 | Published in English /  
Italian

First Edition: 500 copies

Size of the book: 18,5 x 24 cm

76 pages / Four-colour printing

Hardcover Package

Cover Price: Euro 35,00 (VAT  
included)



### **2.1.1.2 I canali di distribuzione de l'Artiere**

Per quanto riguarda i canali di distribuzione e i servizi online, Gianluca spiega l'importanza degli abbonamenti, soprattutto agli inizi, in quanto permettono ad inizio anno di avere una base economica da cui partire per poi cominciare a lavorare.

Questo servizio di abbonamenti non coinvolge molte persone, ma funziona poiché gli abbonati ogni anno aumentano e questo permette, appunto, di coprire le spese. I libri nell'abbonamento costano, inoltre, di meno. Questa situazione è, per noi, molto vantaggiosa dal momento che permette di avere una base economica con cui vivere. Il servizio di abbonamento dell'Artiere Edizioni permette ai clienti di ricevere comodamente a casa propria un volume della collazione, con cadenza bimestrale, per un periodo a scelta che può andare dai tre mesi fino ad un anno. Il servizio si attiva online con alcuni semplici click. Ogni due mesi l'abbonato riceverà un volume dei sei fotografi scelti dai sei curatori. Ogni

fotografo viene selezionato senza distinzione d'età, sesso, zona geografica o tecnica fotografica. I lavori presentati nel volume sono unicamente inediti: l'abbonato potrà, quindi, essere in possesso di queste collezioni in esclusiva. All'interno della sottoscrizione è possibile richiedere anche un'edizione limitata (a parte rispetto al prezzo dell'abbonamento).

Vi sono, inoltre, diversi canali di vendita sia online sia nelle librerie specializzate (nello specifico quindici che si possono trovare online). Toccare il libro è diverso rispetto all'acquisto online, annusarlo e sceglierlo di persona ha un valore speciale e, quindi, anche le librerie specializzate sono importanti. Dopo aver comprato il primo libro direttamente sul posto è sicuramente più facile poi vendere online perché il cliente ha già acquisito la fiducia necessaria per l'acquisto indiretto. L'Artiere vende direttamente alle librerie e anche alle gallerie che, spesso, comprano una decina di copie così da avere un budget maggiore, togliendo la distribuzione.

Non abbiamo un punto vendita e, dunque, ci comprano meno copie, ma non è un problema poiché con le edizioni limitate ci sarebbe il rischio di ritrovarsi a fine dell'anno con delle copie invendute.

Sicuramente il più ampio canale di promozione e distribuzione usato sono le fiere, i festival e gli eventi. L'Artiere partecipa in modo potremmo dire fisso al festival di Arles, alla fiera del libro fotografico a New York, ad Amsterdam, a Paris Photo e anche ad ArteFiera a Bologna.

Il target di pubblico a cui si rivolge questa casa editrice è sicuramente un pubblico che conosce la fotografia, che ha interesse e ne è appassionato.

Chiedendo a Gianluca Gamberini come vede il futuro dell'editoria fotografica indipendente la risposta è notevolmente interessante:

In Italia ci sono tante realtà interessanti che cercano di ampliare il pubblico. In Sicilia, a Punta Secca, *Gazebook* ha avuto, anche quest'anno, moltissime partecipazioni. L'editoria fotografica indipendente è ben salda, ma bisognerebbe che non facesse capo solo ad una nicchia. Sarebbe bello e necessario, infatti, riuscire a fare arrivare il libro fotografico a più persone. Per il momento i numeri, per quanto riguarda l'editoria fotografica, sono stabili rispetto al declino dell'altra editoria. Molti giovani si stanno aprendo a questi progetti forse perché riescono a capire meglio quello che è il mercato oggi. Tutto il resto dell'editoria

scomparirà sopraffatto da Amazon (la cui filosofia di produzione a noi non interessa). Bisogna unire una parte di contenuti con un'anima più attuale anche se, comunque, è necessario avere sulle spalle qualcosa. Ci sono davvero molte realtà che stanno nascendo. In questo momento bisogna avere la capacità di comprendere cos'è il mercato e di capire quello che già è presente sul mercato per riuscire a creare un prodotto che riesca a distinguersi. Serve ricercare l'originalità di un elemento riconoscibile. Si può dire, quindi, che essere identificati è l'unico modo per emergere sul mercato, oggi, e riuscire restare a galla.

### 2.1.2 Witty Kiwi

Witty Kiwi<sup>76</sup> è una piccola casa editrice creata a dicembre del 2012 dal giovane Tommaso Parrillo, fondatore e curatore del progetto editoriale.

La casa editrice nasce durante gli anni accademici, durante i quali sentivo fortemente la necessità di dare una forma tangibile ai miei progetti, stanco di come il web liquidasse in pochi click. Seppur in forma leggera ed inconsapevole di quel che sarebbe diventata, alla fine del 2012 ho fondato Witty Kiwi.

Il nome Witty Kiwi si ispira alla figura dell'uccello neo zelandese, il Kiwi, il quale è l'unico sprovvisto di ali e il cui nome scientifico è Apteryx «e in greco, significa proprio senza ali, anche se in realtà le ha, appena dei moncherini, nascosti sotto alle piume. A Kiwi ho poi stato aggiunto, per assonanza, Witty, cioè arguto».<sup>77</sup>

Tommaso nasce come fotografo, principalmente documentarista, e ha studiato all'Accademia delle belle arti di Napoli. L'esigenza di dare voce ai propri progetti senza influenze dall'esterno, di portarli su carta lo ha spinto a creare un canale capace di dare una maggiore visibilità ai propri progetti fotografici e che gli permettesse di creare attorno a lui un network di conoscenze utili per poi produrre i lavori di altri autori. La sua ricerca è basata, soprattutto, sulla fotografia indipendente e porta ad un lavoro diverso da quello della "grande" editoria proprio perché vi è la possibilità di valutare un progetto per il suo valore intrinseco senza essere condizionati dal nome dell'autore o dalla sua fama. Secondo Tommaso Parrillo, infatti, nella grande editoria si scommette molto poco su autori emergenti. Witty Kiwi non produce moltissime copie e per ogni

---

<sup>76</sup>Sito ufficiale: <http://www.wittykiwi.com>.

<sup>77</sup> Intervista a Tommaso Parrillo, URL: <https://www.frizzifrizzi.it/2013/04/26/fotosociality-witty-kiwi/>.



pubblicazione saranno all'incirca cento, duecento. Grazie a una tiratura limitata riesce a curare i dettagli quali le rilegature e le copertine fatte a mano.

Dopo una prima fase di rodaggio, nella quale sperimentavo molto con le zine e l'autoproduzione; oggi Witty Kiwi si dedica molto ad una fotografia personale e sensoriale legata all'autorialità e al contemporaneo [...] Ad oggi sono stati pubblicati più di venti titoli comprendendo anche zine e magazine. Proprio con le zine avevo iniziato una serie dedicata alla geografia. Invece il magazine era l'unica uscita periodica, veniva pubblicato ogni sei mesi.

Dopo un primo anno in cui sono state pubblicate svariate *fanzine* sia sue, sia di qualche collega, Tommaso ha sentito il bisogno di passare da fotografo che si autoproduce a editore. Passare da *fanzine* a veri e propri libri fotografici che coinvolgessero anche fotografi stranieri. In aggiunta è nata anche la pubblicazione di un Magazine, Witty Mag, che è l'unica pubblicazione periodica ed esce due volte l'anno generalmente a Marzo e Settembre.

Witty Mag è un magazine indipendente in edizione limitata di 100 copie. Questo progetto, che rappresenta la prima pubblicazione periodica di Witty Kiwi, nasce per la promozione di una fotografia indipendente e di documentazione, raccogliendo la partecipazione di numerosi autori internazionali.<sup>78</sup>

Il magazine è suddiviso in quattro sezioni principali: il "portfolio" dove l'autore illustra il suo progetto fotografico, una sezione dedicata alla recensione dei libri, una parte per le interviste (queste due sezioni sono le uniche che Tommaso delega) e infine la parte chiamata "dossier" che è una sezione tematica, per ogni numero vi sarà un tema specifico, a cui ogni fotografo può candidarsi pubblicando una foto inerente al tema proposto. Questa sezione è stata sospesa per un po'.

---

<sup>78</sup> Battisti G. *Witty Kiwi: l'editore italiano per la fotografia indipendente e di documentazione*, (10/24/2013). URL:<http://www.mag72.com/2013/10/witty-kiwi-l-italiano-per-la-fotografia.html>.

Mi piaceva l'idea di avere una pubblicazione con immagini collettive. Dare voce a tanti fotografi e mostrare quella che è per me la fotografia contemporanea di documentazione, intimista.<sup>79</sup>

Vengono, in seguito, riportate alcune copertine del Magazine che si possono ritrovare sul sito ufficiale della casa editrice.



Produzione: out of stock  
Euro: 7  
**WITTY magazine #1** issue  
limited edition of 100  
numbered signature  
indigo print  
44 pages  
digital print of 150 gr paper  
15cm x 21 cm  
Photographers:  
Rafal Milach; Rafael  
Arocha; Ula Wiznerowicz;  
Diambra Mariani; Maurizio  
Esposito; Tommaso Parrillo;  
Eva Stenram; Sebastian  
Reiser; Laura Micciarelli;  
Brian Kaplan; Mathieu  
Bernard-Reymond; Martina  
Corà;  
Simon Kossoff.

---

<sup>79</sup>Intervista a Tommaso Parrillo, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CoK9aaJVVnk>.

Produzione: out of stock  
Euro: 7  
**WITTY magazine #2**  
limited edition of 100  
numbered signature  
7 EUR + shipping  
indigo print of 150 gr paper  
15cm x 21 cm

Photographers:  
Antony Sojka; Martina Cirese;  
Michele Palazzi; Erika Larsen;  
Piotr Zbierski; Marina Caneve;  
Michael Dietrich; Daniel  
Gentelev; Arianna Angeloni;  
Petra Rautenstrauch; Gianpaolo  
Arena; Memymom; Valerio  
Policci; Johannes gierlinger;  
Elena Kholkina; Anna Adamo;  
Giulia Bianchi; Paola Serino;  
Mariya Ustyenko; Daniela  
Capalbo ; Chiara Fossati.



Produzione: out of stock

Euro: 10

**WITTY magazine #3 issue**

limited edition of 150

numbered signature

10 EUR + shipping

indigo print of 170 gr paper

15cm x 21 cm

112 pages

-Portfolio:

Adam Panczuk; Gianpaolo Arena; Jens

Juul; Eugenia Maximova; Vera

Laponkina; Christian Fogarolli;

Federica Di Giovanni; Dusdin

Condren.

-book review by Matej Sitar:

Chad Moore; Ruben Brulat

-interview by Eva Maria Kunz &

Candy Pilar Godoy:

Nicolò Degiorgis; Alessia Bernardini.

-Dossier:

Gabriele Lopez; Tom Ridout; Gerlinde

Miesenbock; Veronica Fieiras; Paola

Serino; Claudio Cerasoli; Sergio

Camplone Alba Zari; Sharon Ritossa;

Fabrice Fouillet; Pietro Motisi; Tanya

Traboulsi; Isabelle Detournay; Fabrizio

Albertini; Gianluca Michletti;

Tommaso Parrillo; Piero Percoco;

Marta Giaccone; Elise Boularan; Giulia

Bianchi; Agnieszka Gotowala; Tomas

Quiroga; Mateusz Sarello; Ivan Piano;

Nick Arjolas .

Euro: 9  
**WITTY magazine #5** issue  
16 x 23 cm  
100 pages  
color and b/w  
-Portfolio section:  
Alexander Krack; Nicholas  
Albrecht; Francesco Merlini;  
Vittorio Mortarotti; Guy Archard;  
Ksenia Yurkova; Barbara Leolini;  
Sue-Elie Andrade-Dé; Sergey  
Melnitchenko; Maroesjka  
Lavigne; Nieves Mingueza.  
-Book review:  
Antonio Xoubanova - Un  
universo pequeño  
Michele Tagliaferri - Grass



Il focus che offre Witty Kiwi sulla fotografia segue un filo conduttore ben preciso che è quello della fotografia biografica e intimista, un'esigenza quella di lavorare su questa tematica che è stata maturata nel tempo. La scelta dei fotografi avviene in modo soggettivo: è Tommaso che, osservando i vari lavori su internet o quelli a lui proposti, se ne innamora e chiede una collaborazione.

Riguardo la selezione degli autori non esiste una vera e propria linea guida. Nel mio caso specifico sono solito contattare io stesso gli autori i quali lavori ritengo essere in linea con la mia idea editoriale.

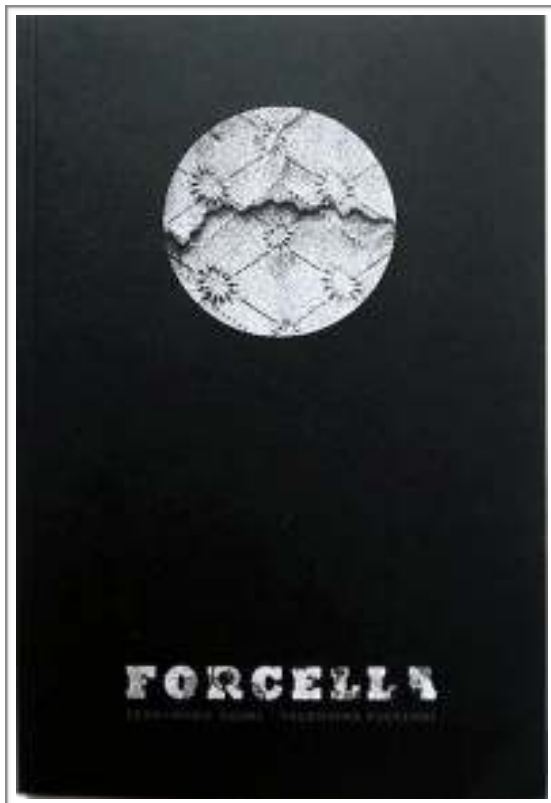
Quando lavora con i fotografi stranieri a distanza essenziale è l'ausilio di Skype per confrontarsi, con i fotografi italiani, invece, si può fare un vero lavoro a quattro mani.

L'obiettivo è quello di creare una sintonia e sinergia fra le parti che possono confrontarsi in un dialogo vivace e fruttuoso.

Seppur Witty Kiwi è composta da il solo sottoscritto, non è una realtà chiusa, ma arricchita da molteplici collaborazioni. Difatti ad ogni pubblicazione si collabora e ci si confronta con l'autore, lo designer e lo stampatore. Inoltre spesso capita di collaborare con altre realtà editoriali nel partecipare alla stessa pubblicazione. [...] Trovo la figura del designer molto importante e spesso essenziale per questo genere di edizioni. Seppur in un primo momento curavo io tutte le fasi della pubblicazione, soprattutto non potendo investire in essi, nelle ultime pubblicazioni sto collaborando con un designer.

Il pubblico di Witty Kiwi è molto eterogeneo, formato sia da collezionisti sia da appassionati di fotografia, ma allo stesso tempo nutre un interesse molto forte anche oltre il settore specifico. I prezzi sono contenuti, il magazine viene 10 euro ad esempio, la cura dei dettagli e la passione per la realizzazione sono ottime ed efficaci per attrarre, come fascia di prezzo, il consumatore medio curioso e interessato.

Ecco alcune pubblicazioni uscite fra il 2015 e il 2017:



**FORCELLA**

20 EUR

by Jean-Marc Caimi & Valentina Piccinni

Foreword by Maria Teresa Salvati

Limited edition of 200

20 EUR + shipping

hand numbered

soft-cover

132 pages

16 X 24 cm

Published in **June 2015**

**L'UNGHIA DEL LEONE**  
13.30 EUR  
by Aminta Pierri  
Second edition of 500 copies  
Afterword by Lina Pallotta  
64 pages  
Singer sewn binding  
31 pictures  
4 poems  
15 cm X 21 cm  
ISBN 9788894188219

Published in **november 2016**  
in collaboration with Balter



**NEKYIA**  
30 EUR  
by Rocco Venezia

21 x 28 cm  
72 pages  
soft cover

Design by Mauro Bubbico  
Foreword by Colin Pantall  
Essay by Francesca Serravalle  
Published in may **2017**

Per quanto riguarda la distribuzione Tommaso spiega: «la modalità che prediligo sono i festival e le fiere in quanto si ha la possibilità di avere un riscontro diretto con il pubblico e spiegare al meglio la propria ricerca editoriale. Inoltre un ruolo importante lo svolgono anche le numerose librerie e gallerie specializzate. Witty Kiwi è impegnata nelle principali fiere e festival di settore tra le quali: *Polycopies*; *Paris Photo-Parigi*; *Fiebre-Madrid*; *Cosmos-Arles*; *Unseen-Amsterdam*, *MIA-Milano*; *FestivalFotografia europea ecc...*[...] Il rapporto con le altre case editrici direi che è assolutamente buono soprattutto poiché facendo parte di una cerchia ristretta di addetti ai lavori, i festival sono un ottimo momento di collettività. È capitato di lavorare in maniera sinergica laddove si è dovuto organizzare un evento comune, ad esempio un book marker o un evento legato al fotolibro. Non è semplice, invece, interagire con le librerie non di settore per diversi motivi: sia poiché le tirature trattate da noi, piccoli editori indipendenti, non sono abbastanza per il grande mercato; sia, soprattutto, perché la domanda non trova riscontro da parte del pubblico generico. Allo stesso tempo le librerie non investono creando, quindi, una sorta di effetto a catena».

La difficoltà più grande riscontrata dal fondatore di Witty Kiwi è stata sicuramente la ricerca di fondi finalizzati alla produzione «soprattutto in Italia, è davvero difficile trovare fondazioni o borse per il supporto editoriale». Pensando alle opportunità ricevute sicuramente importante è stata la possibilità di collaborare con gallerie o enti privati per pubblicare un progetto.

Tommaso Parrillo ribadisce, anche, come la grande editoria sia in crisi e come, ormai, il web domini su ogni cosa. Relativamente all'editoria fotografica indipendente, invece, le parole dell'editore sono incoraggianti in quanto le piccole realtà indipendenti sembrano riuscire ad affermare la loro individualità sconnesse dagli ingranaggi del grande mercato che tutto macina e imprigiona. L'editoria indipendente sta lasciando una grande impronta e diventa sempre più forte come si può evincere dalla nascita dei numerosissimi festival. Queste manifestazioni nuove stimolano l'attenzione posta sull'oggetto fotolibro e in Italia vi è stato un boom incredibile che si riscontra «sia sull'attenzione che viene data al fotolibro come oggetto, sia per il modo in cui i fotografi si avvicinano al fotolibro. Fino a qualche anno fa il fotolibro era un lavoro anche di nicchia per gli stessi fotografi, adesso, invece è diventato un messaggio di

comunicazione finale». <sup>80</sup> Dieci anni fa era difficile immaginare di riuscire ad utilizzare questo tipo di editoria come medium per la promozione.

Trovo che, in questo momento la questione del fotolibro si stia inserendo sempre di più all'interno dei programmi di studio di scuole di fotografia. Ci sono sempre più Workshop e Festival (durante i quali vengono fatti, da parte del pubblico, i maggiori acquisti). Tuttavia credo, anche, che ciò che manca ancora sia un'educazione all'immagine fuori dai corsi specializzati, essenziale per far in modo che tutto questo fenomeno non sia una nicchia. Ad un giovane che vuole intraprendere questa carriera, posso consigliare di fare le cose per gradi, non avere fretta e soprattutto di non fare le cose solo per avere consensi; bensì di trovare una propria linea editoriale e seguirla. Editoria fotografica indipendente è un fenomeno che, senza dubbio, negli ultimi anni ha avuto una forte attenzione, difatti sono nati sempre più festival e movimenti dedicati. Tuttavia si ha la sensazione di una produzione spesso bulimia e senza cognizione di causa, ma soltanto per cavalcare un'onda o una tendenza. Resto, allo stesso tempo, ottimista, poiché non credo sia un fenomeno destinato a sparire, non penso che verrà messa da parte come mezzo di comunicazione. Per quanto riguarda l'editoria italiana ritengo che sia molto valida sia come offerta di editori sia per gli autori.

Sicuramente i social network sono stati essenziali per la promozione e il successo dei propri prodotti editoriali poiché permettono ad un pubblico più vasto di avvicinarvisi. E per quanto riguarda il futuro Tommaso aggiunge «credo che la sfida più forte sia sempre quella di aumentare il numero delle pubblicazioni in un anno senza dover compromettere qualità ed etica».

### **2.1.3 Skinnerboox**

Skinnerboox<sup>81</sup> è una casa editrice nata a Jesi agli inizi del 2014 con il focus sulla fotografia contemporanea fondata da Milo Montelli il quale, nato come fotografo d'impronta narrativa, grazie ad un grande interesse per il fotolibro, si è riscoperto attratto dal mondo dell'editoria: «è stata la normale evoluzione di un percorso iniziato con la fotografia da autodidatta». Questa realtà indipendente punta a pubblicazioni in piccola tiratura di libri fotografici di bravissimi fotografi italiani.

---

<sup>80</sup> Intervista a Tommaso Parrillo, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CoK9aaJVVnk>.

<sup>81</sup> Sito ufficiale: <https://www.skinnerboox.com>.



Skinnerboox rappresenta una delle scommesse più grandi della mia vita; è un progetto nato da una necessità personale al quale mi sento connesso in modo onesto e sincero; può suonare banale ma trovo che sia un fattore determinante. Una cosa che in fotografia cercavo da tempo. Amo ancora molto scattare fotografie, ma mi sono reso conto che riesco a provare un piacere maggiore lavorando ai progetti altrui, insieme ad altri autori, mi viene molto più naturale. Così ho la possibilità di vedere un sacco di immagini, di assorbire motivazioni e sensibilità differenti. Ci sono fotografie che non sarei mai in grado di fare; alcune persone sono molto brave in questo e io provo a contribuire cercando una struttura e una forma seguendo un atteggiamento di apertura totale che scattando non ho.<sup>82</sup>

Il nome, Skinnerboox, deriva da B.F.Skinner, psicologo comportamentista americano e studioso del comportamento umano, il quale costruì una scatola per osservare la vita dei piccioni e i loro comportamenti. Skinnerbox è il nome della scatola ideata da Skinner. Aggiungendo una o a *box* si ottiene la parola *boox* che si pronuncia come *books*. Il nome quindi rimanda al libro come oggetto di sperimentazione e ricerca puntuale e scientifica.

Prima di Skinnerboox, Milo aveva avuto esperienza con la pubblicazione e la realizzazione di progetti fotografici e questo gli aveva permesso di arrivare a comprendere certe dinamiche. Dalla fanzine *Read Carefully Before* in collaborazione con Bolo Paper che lo ha avvicinato all'editoria indipendente, alla mostra *Urban Bonsai* presentata a Ravenna a Gennaio 2013 nella galleria MyCamera; l'omonimo libro è stato poi pubblicato da Danilo Montanari editore sotto forma di piccolo box contenente cartoline dei bonsai e con il testo di Stefano Graziani.

Il pubblico del fotolibro è già di per se una nicchia; raccoglie persone che vanno dai venticinque anni in su, il nostro target non identifica una fascia d'età.[...] Il catalogo Skinnerboox è, infatti, molto eterogeneo: l'obiettivo è quello di rappresentare i diversi utilizzi della fotografia contemporanea, non seguendone soltanto alcuni. Siamo infatti molto interessati a tutto ciò che si posiziona in questo ambito, dalla produzione di contenuti con un approccio più classicamente reportagistico o documentario fino all'utilizzo più estremo del mezzo fotografico.

I primi due libri prodotti e presentati il 22 Febbraio 2014 sono stati *Thoreau* di Alessandro Calabrese che contiene una serie di immagini realizzate dal fotografo durante un soggiorno nel Parco del Mont Avice e *I resti del Viandante* di Giuseppe De

---

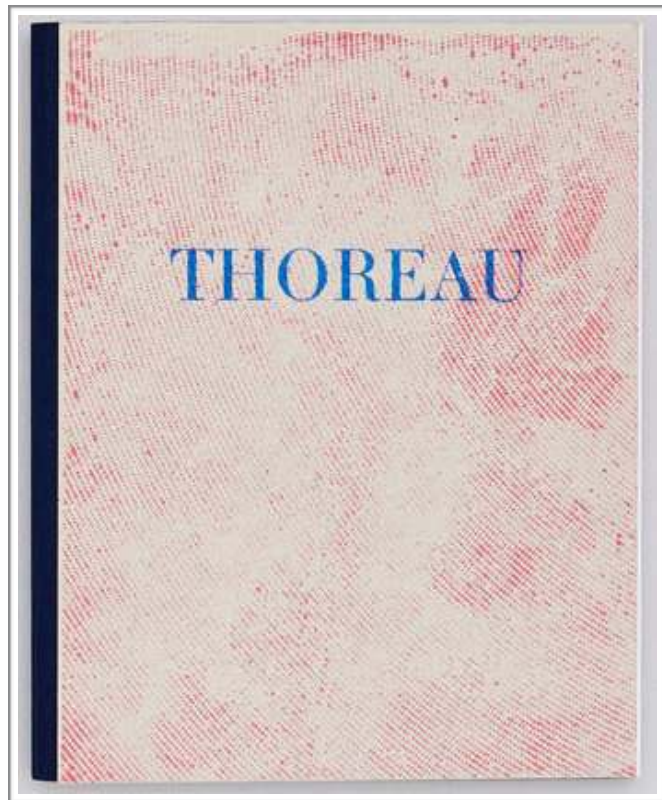
<sup>82</sup> Asnaghi B.C. *Milo Montelli e la sua nuova casa editrice Skinnerboox*. URL: <http://www.vixmagazine.it/milo-montelli-skinnerboox/>

Mattia, una raccolta di immagini di una ricerca condotta soprattutto in zone litoranee del territorio pugliese. Questi due libri hanno lanciato la casa editrice che, ad oggi, ha pubblicato ventidue titoli e a breve inaugurerà una collana dedita alla didattica. Negli ultimi anni la casa editrice ha lavorato con diversi *designers* come Ramon Pez, Teresa Piardi, Paolo Berra, Alberto Moreu e Valenti Casali.

La pianificazione della produzione è annuale cercando di far uscire sei, dieci titoli l'anno.

In seguito vengono presentati i primi due volumi pubblicati e due dei titoli usciti nel 2017.

**THOREAU - ALESSANDRO  
CALABRESE**  
Sold out  
February **2014**  
Edition of 250  
15x18,5 cm  
64 Pages  
Handmade hardcover  
Designed by *Valentina Casali*





**I RESTI DEL VIANDANTE**

- GIUSEPPE DE MATTIA

Sold out

February **2014**

Edition of 100

20×30cm

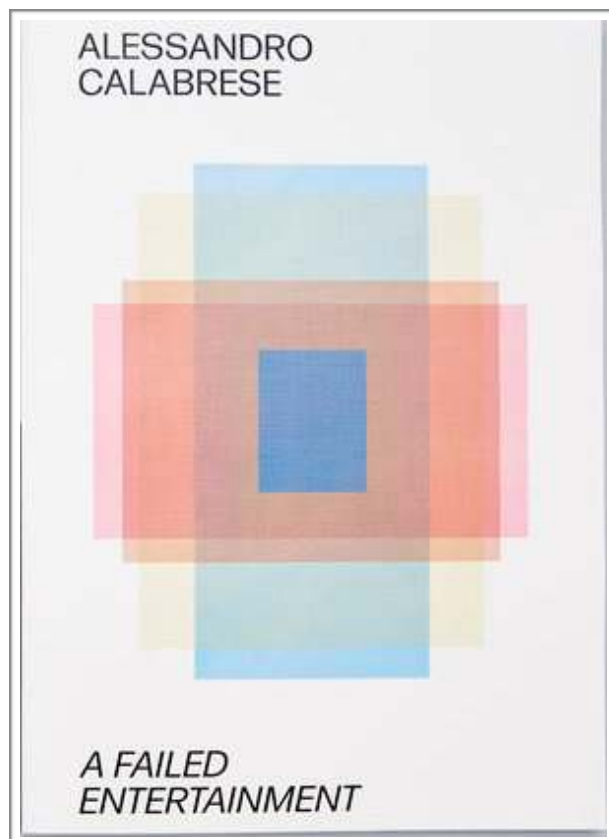
44 Pages

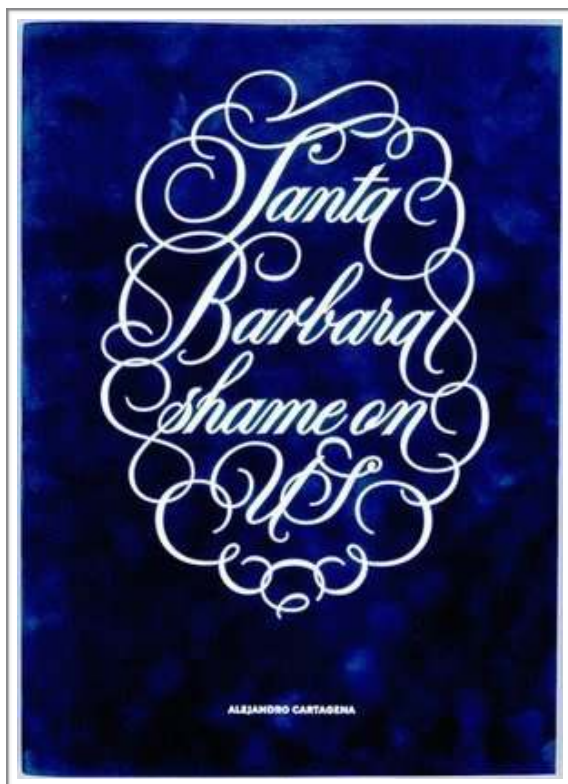
Paperback

Designed by *Valentina Casali*

Text by *Rinaldo Censi*

**A FAILED  
ENTERTAINMENT -  
ALESSANDRO  
CALABRESE**  
28.00  
**May 2017**  
Edition of 500  
24x33 cm  
84 Pages  
Softcover  
Designed by *Federico  
Barbon*  
Text by *Taco Hidde Bakker*  
Interview by *Francesco  
Zanot*





**SANTA BARBARA SHAME ON  
US - ALEJANDRO CARTAGENA**  
45.00

**July 2017**

Edition of 500

23×34cm

112 Pages

Hotfoil Velvet Softcover

Designed by *Milo Montelli*

Cover Type by *Valentina Casali*

Text by *Jonathan Blaustein*

Nella maggior parte dei casi sono gli autori stessi a proporre un progetto che, a volte, deve essere ancora da editare, altre volte è già in forma di libro più o meno esteso. Nel tempo con questi autori si instaura un rapporto di collaborazione e amicizia che sta alla base dell'idea di dialogo tipica delle realtà indipendenti.

Il 30% delle vendite di Skinnerbook avvengono online, ma per la promozione, oltre i social, sono estremamente importanti i festival e le fiere: «partecipiamo alle più importanti fiere internazionali e manteniamo contatti frequenti con i bookshops più attivi sul mercato europeo ed extraeuropeo. Al momento non abbiamo collaborazioni con la grande distribuzione». Le fiere sono quasi sempre collegate ai Festival e Skinnerbook partecipa regolarmente a *Cosmos-Arles*, *Offprint-Londra*, *Polycopies-Parigi*, *Unseen-Amsterdam*, *New York Art Book fair-NY*, *Fiebre-Madrid*, *Sprint-Milano*, *Fahrenheit-Ravenna*. In queste occasioni vi è la possibilità di rapportarsi sempre con le altre realtà indipendenti nazionali ed internazionali e a volte possono nascere anche delle collaborazioni: «in alcuni casi», infatti, «oltre ad essere legati da un'amicizia vera, è possibile lavorare insieme alla produzione di alcuni libri (in passato abbiamo prodotto

una condizione con un editore Norvegese), o anche supportarsi nell'organizzazione delle fiere e degli eventi.

Parlando della linea editoriale seguita da Skinnerboox e della scelta dei progetti da portare avanti è suggestiva e, soprattutto, significativa la risposta data da Milo durante l'intervista ad opera di Chiara Baldini: « Provo a immaginare il mio catalogo come una galassia, in cui pianeti, a volte molto distanti, sono parte di uno stesso sistema. Seguo l'istinto, e in genere con i progetti che mi interessano trovo subito una connessione. Poi il lavoro con gli autori può durare anche molto tempo, e si possono incontrare degli intoppi prima di arrivare ad un prodotto finito, ma l'impressione iniziale è fondamentale. Vedo autori pubblicare tre o quattro libri l'anno, spesso anche molto simili tra loro. Capisco la necessità degli editori di far uscire nomi forti, che possano garantire le vendite. Al momento preferisco stabilire relazioni significative con gli autori con cui collaboro, che spesso sono amici. Sono scommesse ponderate, promuovere giovani autori significa anche questo, rischiare. Anche se con pochi mezzi, vale la pena farlo»<sup>83</sup>. Gli aspetti produttivi sono diversi da progetto a progetto e Milo spiega come « in genere cerchiamo di costruire una squadra con l'obiettivo comune di raccogliere fondi, talvolta investendo personalmente, talvolta con il supporto di istituzioni e gallerie, ma utilizzando anche sistemi come il *crowdfunding*».

Le difficoltà maggiori incontrate dalla casa editrice fino ad ora sono legate principalmente al lato produttivo e alla difficoltà di reperire risorse per la produzione dei libri cercando di trovare una sinergia con le istituzioni. I costi non riescono ad essere contenuti poiché per stampare i libri nel miglior modo possibile si spendono davvero molti soldi. È, tuttavia, nella qualità del prodotto libro offerto la speranza di incrementare le vendite. Milo ha iniziato tutto per gioco e per passione, questo è il vero scopo del suo progetto editoriale. Sicuramente «le opportunità più interessanti riguardano il poter partecipare ad eventi internazionali in cui è possibile incontrare persone realmente interessate e in grado di poter sostenere un confronto critico (a volte positivo, a volte negativo) costruttivo». La sfida che Skinnerboox si pone per il futuro è quella di riuscire a sopravvivere producendo titoli di qualità, non perdendo risorse e mantenendo il focus su ciò che veramente si ama fare. La passione e il divertimento

---

<sup>83</sup> Baldini C. *Editoria indipendente: SKINNERBOOX*. URL:<http://m-mag.it/skinnerboox.html>.

sono le basi per raggiungere e realizzati lavori ottimi e che godano di successo. La differenza è data dalla curiosità e della voglia di mettersi in discussione. Pensando al fenomeno in crescita dell'editoria indipendente Milo sostiene che «sia un fenomeno destinato a rimanere nel tempo, grazie al cielo. E' molto bello che tutti abbiano la possibilità di auto pubblicarsi, a volte anche con poche centinaia di euro. L'interrogativo rimane lo stesso della domanda precedente, ovvero, è necessario farlo? Questo è il quesito che ogni fotografo dovrebbe porsi. Detto ciò, ci sono lavori orribili pubblicati da grandissimi editori e libri meravigliosi auto prodotti in venticinque copie; la qualità ma soprattutto l'onestà sono le regole che dovrebbero guidare il mercato. Questo non sempre succede ma d'altronde è così in ogni settore. L'impatto che il libro fotografico ha avuto negli ultimi anni nel modo di relazionarsi all'immagine è innegabile e, in alcuni casi, può rivelarsi perfino rischioso; mi è capitato di conoscere persone che pensano a come impaginare un'immagine ancora prima di scattarla, o che iniziano a pensare ad un libro prima ancora di avere il materiale! Assurdo»<sup>84</sup>.

#### **2.1.4 Humboldt**

Humboldt Books<sup>85</sup> è una casa editrice, specializzata in narrativa da viaggio, arricchita da una particolare attenzione alla fotografia, non solo di paesaggio, e alle arti visive in generale. Trae la sua ispirazione dalle esplorazioni scientifiche del XVIII e XIX secolo.

La casa editrice nasce da un invito a Giovanna Silva da parte di Quodlibet di curare una collana legata al viaggio. Spinta dal desiderio di trasformare la passione per il viaggio in un lavoro, Giovanna accetta l'invito e rilancia la sfida, decidendo di fondare la sua casa editrice. Il nome è, ça sans dire, un tributo ad Alexander Von Humboldt, naturalista, esploratore e botanico tedesco.

Viene fondata il 14 Febbraio del 2012 da Giovanna Silva, la quale racconta i motivi che l'hanno spinta a questa decisione: «Humboldt Books nasce da un'esigenza egoistica. Ho

---

<sup>84</sup> idem.

<sup>85</sup> Sito ufficiale: <http://www.humboldtbooks.com>.

lavorato per 8 anni per riviste di architettura come fotografa, ho viaggiato molto. Le esperienze più interessanti sono state quelle a contatto con scrittori. Ognuno aveva la sua visione specifica del viaggio e del luogo, e le storie più interessanti nascevano appunto da questa diversa percezione. Così abbiamo pensato, con Alberto Saibene, mio socio, di fondare Humboldt Books, una casa editrice specializzata in narrativa di viaggio. Doveva essere una collana specifica, di racconti di viaggio attraverso un fotografo e uno scrittore. Poi in realtà sono nate anche altre collane, quella dei libri d'artista sul tema del viaggio, e Atlas, riedizioni di classici»<sup>86</sup>.

Attraverso una serie di esperienze multidisciplinari che coinvolgono la geografia, la letteratura e l'arte, Humboldt Books racconta viaggi e saperi con un sguardo puntuale e mai convenzionale. Sono libri da leggere prima del viaggio che danno al lettore una visione, un punto di vista da cui osservare e poi, forse, con cui sentirsi in sintonia o contrasto dopo il viaggio stesso. Permettono di approfondire e dare una visione più completa, ma non hanno niente a che fare con una guida di viaggio.

L'Italia che è stata storicamente oggetto della narrativa di viaggio straniera non è un Paese con una sua forte tradizione di letteratura di viaggio. Volevamo per questo recuperare – anzi, reinventare – una tradizione che vuole insieme, in un viaggio, uno scrittore e un fotografo per realizzare un reportage narrativo e iconografico insieme. Volevamo approfondire la conoscenza di Paesi e luoghi senza essere pratici come una guida, ma nemmeno astratti come un romanzo di fiction. Nel 2012 abbiamo realizzato i primi due viaggi: in Etiopia con Vincenzo Latronico e Armin Linke; in Grecia con Dino Baldi e Marina Ballo Charmet. Oltre ai loro contributi, i libri raccolgono una parte redazionale di approfondimento. Nel caso dell'Etiopia, ad esempio, un approfondimento sulla figura di Heilè Selassie, con un'intervista ad Angelo Del Boca, un testo sulla figura del Negus nella musica giamaicana e un dizionarietto dei lasciti italiani nella lingua amarica. Questa la linea editoriale con la quale abbiamo iniziato a muovere i primi passi. Presto a questa so sono affiancati altri due progetti: le riedizioni di classici di viaggio come, ad esempio, *L'Africa Fantasma* di Michel Leiris, e una sezione dedicata ai libri d'artista.<sup>87</sup>

Il pubblico a cui si rivolge è un pubblico italiano e internazionale (a seconda del tipo di progetto e di conseguenza della lingua in cui viene pubblicato). Il prezzo medio dei titoli è 20 euro e si cerca di contenere il prezzo di copertina il più possibile. La casa

---

<sup>86</sup>Giovanna Silva, "Con Humboldt Books ci rivolgiamo ad una nicchia di mercato a cavallo tra narrativa, arte e geografia". (24 settembre 2014). URL: <http://libreriamo.it/investiamo/giovanna-silva-con-humboldt-books-ci-rivolgiamo-ad-una-nicchia-di-mercato-a-cavallo-tra-narrativa-arte-e-geografia-2/>.

<sup>87</sup> Bria G., *Humboldt Books: l'arte è il viaggio*. (10 giugno 2013). URL: <http://www.artribune.com/attualita/2013/06/humboldt-books-larte-e-il-viaggio/>.

editrice ha pubblicato quaranta titoli e le collane in cui sono organizzati sono cinque:

*Travel Books, Atlas, Time Travel, Artists' Travel, Globetrotter.*

Interamente dedicati al tema del viaggio troviamo: i *Travel books*, libri commissionati dalla casa editrice rispettivamente ad un fotografo e ad uno scrittore, il cui viaggio raccontato viene compiuto veramente e raccontato fra fotografia e narrativa; vi sono poi le ristampe, *Atlas*, dei classici di viaggio che hanno ispirato la casa editrice stessa che si occupa della curatela di una parte iconografica; e i *libri d'artista*, dei fuori collana che, attraverso un punto di vista speciale e un formato sempre diverso raccontano luoghi e paesi.

Alcune collane (*Travel Books* e *Atlas*) sono realizzate in condizione con Quodlibet, di cui utilizziamo in questo caso la struttura (redazione, gestione dei diritti, distribuzione). I Singoli progetti sono, invece, realizzati con saltuari coeditori, con modalità che variano di volta in volta. Per quanto riguarda i progetti realizzati interamente da HB, di solito gestiamo tutti gli step all'interno della nostra redazione, fatta eccezione per la grafica (su cui esercitiamo un controllo, ma che per scelta è progettata da *graphic designer* esterni), le traduzioni e il proofreading di testi in lingue altre dall'italiano.

Giorgio Vasta, Ramak Fazel  
**Absolutely Nothing**  
Storie e sparizioni nei deserti americani  
Humboldt-Quodlibet 2016  
pp. 296  
22,50 euro

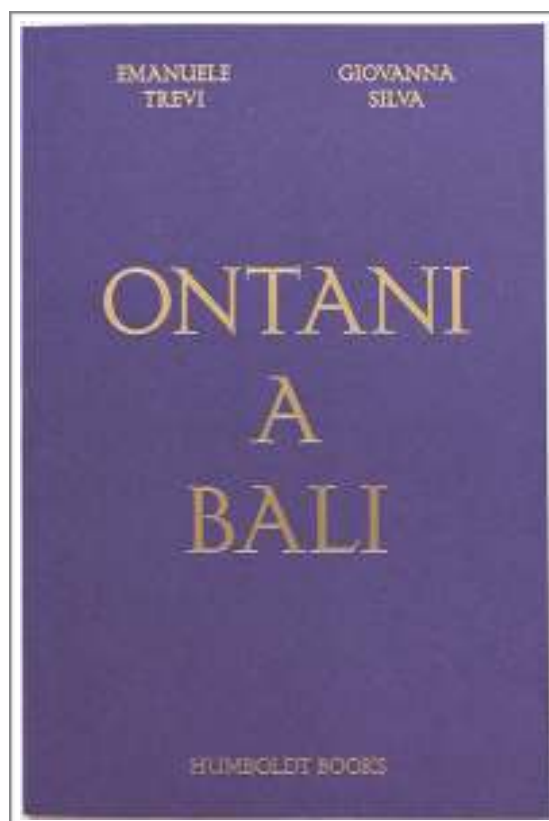


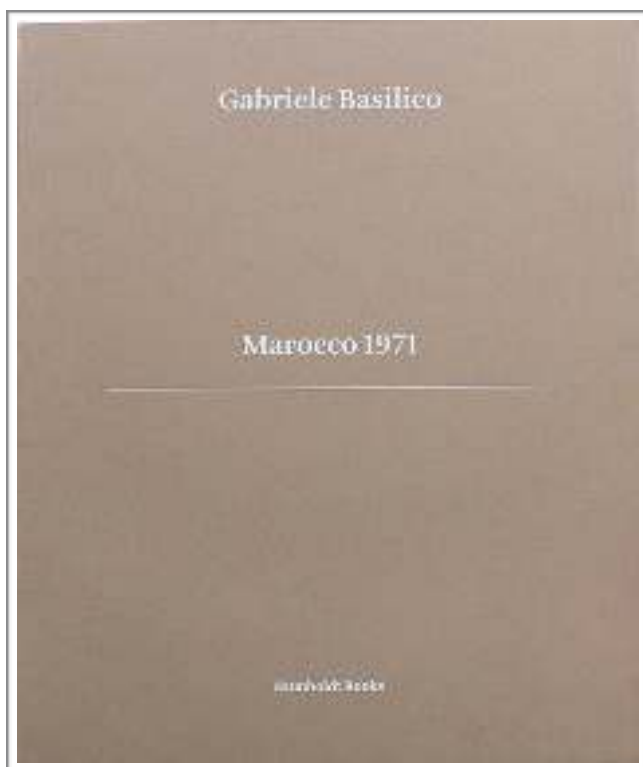




Alexander von Humboldt  
**Viaggio alle regioni equinoziali  
 del Nuovo Continente**  
 Antologia a cura di Franco  
 Farinelli  
 Illustrazioni di Stefano Arienti  
 pp. 272  
 165×220 mm  
 23,50 euro

Emanuele Trevi, Giovanna Silva  
***Ontani a Bali / Ontani in Bali***  
 Testo /Text: Emanuele Trevi  
 Fotografie / Photographs: Giovanna  
 Silva  
 Illustrazioni / Illustrations: Luigi  
 Ontani  
 136 pages, color  
 15,4×23 cm  
 Graphic Design: Julia  
 Softcover, Hotfoil  
 € 29.00





Gabriele Basilico  
**Marocco 1971**  
Testi: Michele  
Smargiassi, Bernard  
Millet, Giovanna  
Calvenzi  
Design: Teresa Piardi,  
Maxwell studio  
72 pagine + booklet  
in aletta | 17 x 21 cm  
Softcover | Italiano,  
inglese  
€ 18,00

Ogni progetto editoriale ha un suo responsabile interno che si occupa del rapporto con gli autori e con tutte le figure coinvolte, per quanto riguarda la scelta degli autori «sia nel caso in cui siano gli autori a contattarci con un progetto già avviato o sia che siamo noi a iniziare il progetto, ci affidiamo al nostro gusto e alla nostra rete di relazioni, rimanendo all'interno di alcuni parametri che definiscono la nostra linea editoriale. Se la coppia artista/*graphic designer* è già consolidata lasciamo che rimanga intatta, altrimenti siamo noi a consigliare un *graphic designer* che ci sembra adatto al progetto. Abbiamo anche lavorato con curatori esterni nel caso di progetti non iniziati da noi».

Per quanto riguarda la distribuzione, invece, essa varia a seconda del progetto. Humboldt si occupa direttamente della distribuzione nelle librerie specializzate a livello nazionale mentre per quanto riguarda le librerie non specializzate «utilizziamo due diversi distributori sul territorio nazionale (a seconda della collana e del titolo)». Hanno anche tre distributori a livello internazionale: sono seguiti in Italia da Quodlibet, mentre all'estero per i progetti che sono stampati in inglese vengono affiancati da Koenig. I libri supportati da istituzioni straniere sono le opportunità più interessanti che hanno

coinvolto la casa editrice. Questo permette al libro di essere distribuito meglio e diffuso ed è fondamentale che si trovi in tutti i bookshop possibili poiché il 50% del successo di un libro è definito dalla sua reperibilità. Le Vendite online, invece, ricoprono «una percentuale pari al 20% del flusso totale a livello nazionale. Più bassa a livello nazionale, probabilmente a causa delle elevate spese di produzione».

Humboldts Books è costituito da un piccolo gruppo di persone, solidale, ma anche poco strutturato e uno dei propositi per il futuro è quello di inserire nel team delle figure specializzate, quali un ufficio stampa che possa occuparsi della promozione. Al momento, infatti, sono loro ad occuparsi oltre che per la promozione sia tramite social sia tramite ufficio stampa. Sicuramente anche per questa realtà è importante partecipare alle fiere e ai festival e « HB partecipa a *Off Paris/London, ineverread Basel, Friends with Books Berlin, Volumes Zuerich, NYABF New York* e ha curato eventi alla quattordicesima Biennale di Architettura di Venezia, al Miart a Milano, ad Artissima a Torino e ad ArteFiera a Bologna».

La sfida principale che la casa editrice si propone di realizzare è quella della sostenibilità economica e cercano costantemente delle sponsorizzazioni per la realizzazione dei loro progetti. Gli ultimi quattro anni sono stati di crescita e stanno, inoltre, anche riprogettando il sito per trasformarlo in un e-commerce, cercando di ottenere più recensioni.

Nonostante lo stato delle vendite sia buono, il ricavo netto resta piuttosto basso sul singolo libro, questo perché realizziamo oggetti molto curati con un altro costo di produzione. I casi di particolare successo sono tendenzialmente legati a un nome (Gabriele Basilico, per citarne uno, alla seconda edizione) o a un Paese (Islanda, ad esempio, alla terza edizione).

Il mercato della fotografia d'autore e quella del libro di fotografia vanno in direzione dell'autoproduzione e «la piccola editoria in Italia è in evidente espansione: ci sono molte piccole case editrici specializzate nate negli ultimi dieci anni. In alcuni Paesi europei questo fenomeno è cominciato prima ed è, in alcuni casi, un'alternativa già più consolidata che in Italia. Per quanto riguarda il fenomeno in crescita dell'editoria indipendente, evidentemente molti artisti e fotografi sentono il bisogno di avere

maggior autonomia, maggior assistenza, maggior sperimentazione e maggior controllo sul prodotto, per cui si rivolgono ad un piccolo editore, anziché ai colossi dell'editoria».

### **2.1.5 Discipula Editions**

Discipula Editions<sup>88</sup> è un piccolo collettivo di ricerca sull'immagine contemporanea fondato nel 2013 da MFG Paltrinieri, Mirko Smerdel e Tommaso Tanini, uno psicologo sociale, un *visual artist* e un fotografo. Discipula lavora su progetti artistici basati sull'esplorazione del ruolo e degli usi delle immagini nel panorama mediatico contemporaneo, progettano, pubblicano e distribuiscono il materiale stampato e offrono conferenze e workshop. La maggior parte dei progetti di Discipula ruota intorno all'appropriazione, alla postproduzione e all'analisi delle immagini catturate dal flusso di produzione e consumo. Le foto, le rappresentazioni, la pubblicità, vengono manipolate e immerse in una nuova rete di segni, lingue e riferimenti incrociati nei quali viene sovvertita la funzione originale di ogni immagine, creando così spazio per nuove interpretazioni, significati e usi. Ogni opera può essere paragonata ad un sistema dinamico, dove le idee vengono definite e negoziate attraverso l'interazione tra materia, forme, valori e ideologie. L'obiettivo finale è quello di invitare lo spettatore a riflettere e a guardare oltre la superficie lucida del visibile per trovare le realtà che si nascondono al suo interno come la luce lunare leopardiana, che non acceca come i raggi del sole, ma rivela i contorni della realtà. Guarda con nuovi occhi il contemporaneo un po' come Eugenia, la protagonista del racconto *un paio di occhiali* di Anna Maria Ortese che, dopo essersi finalmente messa il suo primo paio di occhiali, attraverso queste nuove lenti riscopre il mondo vero celato sotto il velo di Maya, il reale in tutte le sue illusioni e delusioni. In questo caso l'immagine, manipolata e rielaborata, diventa come gli occhiali dello spettatore per andare oltre l'apparenza del reale e captare l'essenza del concreto.

Oltre a lavori relativi al mondo dell'arte contemporanea, esposizioni e collaborazioni con gallerie, Discipula si occupa anche di editoria, pubblicazione e distribuzione dei

---

<sup>88</sup> Sito ufficiale: <https://discipulaeditions.com>.

propri lavori in tirature limitate e di alte edizioni. Marco Patrineri parlando di Discipula spiega come si siano ufficialmente e pubblicamente aperti al pubblico nel settembre 2013.

Siamo un gruppo di tre amici: prima suonavamo insieme in un gruppo, abbiamo fatto un disco, dei tour e la nostra è, dunque, una relazione che va avanti da tanti anni. Con il tempo ci sono stati anche vari percorsi individuali che, alla fine, hanno portato a ritrovarci con la volontà di pubblicare un libro e di unire gli sforzi per fare qualcosa insieme. In un primo momento Mirko ed io ci siamo ritrovati con l'idea di dare luce un progetto che poi è diventato *The looking Game*. Un volta realizzato ci siamo messi alla ricerca di qualcuno che lo pubblicasse, attraverso i contatti che avevamo legati all'arte contemporanea, ma la cosa è sempre stata un po' a rilento perché c'era l'interesse, ma gli uni non avevano budget in quel dato momento, gli altri dovevano sentire i vertici della casa editrice. Era tutto un po' macchinoso. Nel mentre Tommaso stava lavorando a quello che poi è diventato *H. said he loved us*. Nella primavera del 2013 abbiamo detto: proviamo a fare un piccolo investimento, facciamo uscire i nostri libri e vediamo cosa succede. Per quanto riguarda *The looking game* abbiamo collaborato con Valentina e Alex di Akina che hanno co-prodotto nello specifico quel libro e ci hanno dato un aiuto perché si trovavano in questo mondo già da un po'. Abbiamo, quindi, avuto una piccola spintarella per entrare dentro questo universo più velocemente. Poi da cosa nasce cosa e, in realtà nell'ultimo anno non abbiamo neanche fatto uscire libri perché non siamo solo una casa editrice: siamo tre artisti. Fino ad oggi abbiamo pubblicato solo produzioni nostre, ma ora vediamo cosa succederà a partire da quest'anno poiché vi è l'idea di fare uscire anche altri autori ora che il progetto è un attimo più solido.

Per quanto riguarda il nome, Discipula Edition, deriva dal titolo di un pezzo da loro inciso: *La discipula del velocimetro*. Nome semplice, ma ambiguo nei contenuti.

*The looking Game (2013)* è «una riflessione attorno ad alcune caratteristiche essenziali del linguaggio visivo, come la sua ambiguità e liquidità, che ci ha permesso di definire non solo un'area di interesse ma anche una metodologia che si è affinata di lavoro in lavoro. Ricerca e metodo sono cresciuti di pari passo determinando così nuove scoperte teoriche e formali che sono andate ad informare la nostra pratica, stimolandoci ed interrogandoci. Ogni singolo lavoro può essere definito come un capitolo di un più grande progetto: Discipula. Reinvenzione e sovversione di certi modus operandi, sono due regole principali di questo macro progetto. In quest'ottica, troviamo così due lavori come *H. said he loved us* e *How Things Dream* molto più vicini di quanto possano apparire sulla carta. Il primo esplicitamente fotografico, nasce come ricerca documentaria legata ad uno specifico frangente storico poi “sabotata” e così universalizzarla; il secondo, più complesso nella formalizzazione, cerca di parlare di

problemi assolutamente attuali attraverso il filtro della narrazione fantascientifica. Seppur attraverso differenti strategie, entrambe parlano di sorveglianza e controllo cercando di far riflettere sul linguaggio attraverso cui il tema viene presentato»<sup>89</sup>.

**The Looking Game**  
Author: M.F.G. Paltrinieri  
- Mirko Smerdel

110 pages – 13 x 18 cm  
PUR binding



**H. said he loved us**

Author: Tommaso Tanini

€30.00

120 pages – 25 x 19 cm

Swiss binding

Edition of 800

SOLD OUT

Vincitore del Prix du Livre 2015,

Author Book Award, Le

Rencontres d'Arles.

Premio Marco Bastianelli per il

miglior libro italiano

autopubblica del 2014.

Premio Pesaresi per la

fotografia contemporanea 2014.

<sup>89</sup> *Discipula: The looking Game studio visit.* URL:<http://www.modus-operandi.org/portfolio/discipula/>.

Discipula è nata come una realtà abbastanza complessa: «non siamo una normale casa editrice dove facciamo uscire lavori di terzi con una certa regolarità». I tre fondatori sono, infatti, artisti che producono i loro lavori, ma allo stesso tempo lavorano con una piattaforma editoriale che fino all'anno scorso è stata abbastanza attiva.

Discipula è un progetto a lungo termine e, quindi, è servito un po' di tempo perché la gente capisse con esattezza chi siamo e cosa facciamo, quella che è la nostra identità, visto che abbiamo un modo di lavorare un po' specifico e peculiare. Lavoriamo sempre con un approccio abbastanza concettuale, contemporaneo. Non è semplice fotografia, ma, in realtà, le immagini sono parte di un sistema, di un meccanismo d'indagine più complesso dove quasi sempre rientra anche il testo scritto o comunque altri riferimenti. Ci interessa la ricerca sull'immagine, però, sempre in maniera trasversale. Visto queste premesse ci siamo nel tempo creati un seguito di persone che, bene o male, sanno come funzioniamo, che tipo di approccio abbiamo, un approccio che non è mai esclusivamente fotografico nell'accezione più classica del termine, ma è più articolato. Anche con i nostri lavori siamo, inoltre, passati attraverso fasi differenti. I primi lavori erano decisamente più fotografici di quanto stiamo facendo adesso a livello di concettualizzazione, manipolazione. Quindi quando, ad esempio, è uscito il libro di Tommaso *H. said he loved us*, che è la cosa più fotografica fatta fino ad ora, il nome si è molto rinforzato. Poi il libro ha vinto anche dei premi che hanno confermato il nostro nome in quella dimensione. Abbiamo vinto, ad esempio ad Arles, il premio per il libro dell'anno e, qui in Italia, anche il Pesaresi. Però subito dopo aver fatto uscire quel libro ci siamo mossi ulteriormente in una dimensione più vicina all'arte contemporanea per il modo in cui presentiamo lavori che si avvicinano più a installazioni o manipolazioni dell'immagine. Il nostro lavoro parte dalla riflessione sull'immagine, ma prende forme differenti più verso lo scultoreo, l'installativo, il manipolativo. Dipende tanto da progetto a progetto. Al centro di tutti i discorsi c'è sempre e comunque una riflessione che parte dall'immagine e che poi, a seconda delle circostanze, può, però, diventare altro nel mondo in cui viene presentata e formalizzata. A volte alcuni lavori si prestano a diventare libri e, in quel caso, realizziamo delle pubblicazioni e delle edizioni.

Si può, in questo caso, parlare proprio di un pubblico trasversale che va dal fotografo al più contemporaneo sempre in trasformazione. Discipula lavora molto con le gallerie d'arte.

Per quanto riguarda le collaborazioni sul piano editoriali, al momento, Discipula non collabora con altre case editrici né artisti, ma come collettivo «collaboriamo con artisti, stiamo creando una sorta di osservatorio di ricerca con altri artisti e curatori, ma è molto più sul fronte di pratica artistica che editoriale. Al momento lavoriamo anche su commissione, quindi, abbiamo dei clienti per cui facciamo i libri e, a volte, succede che alcuni libri piacciono più di altri. Magari possiamo collaborare, contribuire alla vendita, distribuzione di questi lavori».

Continuando il discorso relativo alle collaborazioni, Marco spiega che c'è un'altra categoria ancora e che « un'idea di collaborazione sul piano editoria è quella della coproduzione fatta all'inizio con Akina per *The looking Game*». Anche per quanto riguarda l'aspetto grafico e curatoriale Discipula si occupa di tutto, spiega Marco Paltrinieri, e aggiunge «è parte della natura del progetto: impari tantissimo facendo. C'è stato un momento in cui, lavorando al libro di Tommaso, ci siamo chiesti se continuare noi da soli o delegare semplicemente il lavoro a un designer. Alla fine abbiamo deciso di fare noi perché se avesse funzionato sarebbe stata un'ulteriore freccia nell'arco che può tornare utile, ad esempio, nella pratica commerciale, ma può anche donare forza e valenza al tipo di discorso che stiamo portando avanti. Abbiamo, così, deciso di curare tutto noi dall'editing al design. Siamo tre persone con delle formazioni specifiche che più o meno si integrano ed, inoltre, in tre ci sono più risorse e diventa più semplice coniugarle fra loro».

Sul piano editoriale Discipula è, dunque, pienamente autonoma «il che vuol dire che se hai la fortuna di vincere un premio investi una parte di quel premio nella produzione di un libro o, semplicemente, investi nella speranza, poi, di vendere ed rientrare con le spese». Per quanto riguarda la parte più artistica, invece, Discipula collabora molto, come già accennato, con le gallerie e «può succedere che magari la stessa galleria che ha pagato la produzione per una mostra ti commissioni anche una piccola pubblicazione».

Quando si parla di difficoltà e di opportunità è evidente come i due poli opposti siano le difficoltà economiche da un lato e la possibilità di creare un network di conoscenze dall'altro.

Il discorso economico è sempre delicato ovviamente perché questo è un settore dove, specialmente per quanto riguarda l'editoria, è difficile riuscire ad avere quella tranquillità economica che ti permette di lavorare con scioltezza poiché c'è sempre una componente di rischio che è ineluttabile ed è sempre presente. Man mano che un progetto prende forma e si stabilizza diventa, poi, sempre più semplice riuscire a ridurre questa componente di rischio e riuscire a gestire le spese e i ricavi. Poi, ripeto, nel nostro caso è un po' diverso perché, essendo trasversali, i soldi che guadagnamo da una parte li investiamo in un'altra e viceversa. Per quanto riguarda gli aspetti più positivi, costruttivi, avendo la fortuna di riuscire, comunque, ad entrare all'interno del circuito si fanno tanti incontri e, quindi, si creano tante differenti sinergie e possibilità. Nel nostro caso, in particolare, siamo stati, inoltre, fortunati ad aver vinto alcuni premi al momento giusto che ci hanno permesso di fare investimenti un po' più a cuor leggero, con meno rischi. Quindi sicuramente questa è una componente che ci ha aiutato molto, soprattutto con la produzione del libro di



Tommaso H. *said he loved us*. Direi che per il resto il capitale umano è fondamentale: la gente che incontri, con cui collabori, le reti network di collaborazioni che si possono venire a creare e che sono trasversali. Può essere il titolare di una libreria, il curatore, un gallerista così come anche le semplici persone che comprano i libri. Attraverso le fiere, attraverso vari canali di distribuzioni crei anche un bel rapporto umano con le persone che poi tornano a comprare i libri anche in futuro.

Discipula ha partecipato a fiere ed eventi per la distribuzione del libro fotografico come *Offprint* a Parigi e *Cosmos* ad Arles anche se nel 2017 meno. Racconta Marco che con Discipula fanno spesso e volentieri mercati, fiere del libro, festival della fotografia dove c'è una parte dedicata al libro fotografico. Queste manifestazioni rappresentano un circuito indispensabile e un appuntamento a cui non si può mancare se si hanno dei libri da vendere anche perché hai comunque un contatto diretto con l'acquirente e puoi fare un sacco d'incontri utili per una crescita personale e professionale.

Oltre al contatto e alla vendita diretta durante le bookfair, Discipula ha, anche, un shop online dove è possibile acquistare i libri da lei prodotti. All'uscita di un nuovo libro c'è una lista di librerie con le quali hanno già lavorato che, tendenzialmente, comprano e vendono i loro libri.

Una cosa che non abbiamo mai fatto, anzi che abbiamo fatto per poco tempo, ma di cui siamo rimasti poco contenti è stata, invece, quella di lavorare con un distributore inglese. Non ha funzionato, forse, perché eravamo agli inizi e non conoscevamo neanche noi bene come porci nei confronti della distribuzione. Pur essendo stato un esperimento non vincente non escludiamo in un domani di tornare a lavorare con le distribuzioni perché magari potremmo avere più libri da distribuire rispetto a due anni fa. Ovviamente con la distribuzione prendi meno soldi direttamente ed è, quindi, più facile vendere online, ma nel lungo termine può tornare comoda.

Discipula è una realtà dinamica trasversale e, pensando al futuro nei prossimi tre/cinque anni, la sfida è quella di continuare a crescere e rinforzarsi in tutte le nuove collaborazioni e i progetti appena iniziati.

Facciamo diverse attività: pratica e ricerca artistica, editoriale, educazione e lavoro commissionato che, però, cerchiamo di integrare all'interno della nostra ricerca. Nello specifico lavoriamo con i clienti, con altri artisti, fotografi o, comunque, con chiunque abbia una certa assonanza con quello che proponiamo e facciamo noi. In breve cerchiamo di crescere attraverso uno sviluppo orizzontale in cui tutte le pratiche si influenzano tra di

loro. Il progetto è quello di continuare questa crescita rinforzando delle componenti che abbiamo iniziato ad approfondire più recentemente come, appunto, le collaborazioni commerciali. Quest'anno, nel 2017, riprenderemo sicuramente a fare libri cosa che non abbiamo fatto nell'ultimo anno perché il nostro ultimo libro è stato presentato a Parigi nel 2015. Abbiamo preso un anno di vacanza dal mondo editoriale sia perché eravamo impegnati su altri fronti sia perché credo che fosse necessario prendere una boccata d'ossigeno visto quanto intenso è stato prima. Ritengo, inoltre, che a causa di questa congestione della produzione, che domina il mercato del libro e del fotolibro, sia un bene scomparire per un attimo per schiarirsi le idee e sviluppare nuove strategie. Nel breve termine ci sarà sicuramente un ritorno alla pubblicazione allargando, probabilmente, lo spettro di autori: non solo noi, ma l'idea è quella di integrare nuovi nomi cercando, però, di mantenere sempre un'attenzione curatoriale rispetto al contenuto. Produrre, così, qualcosa che, nel bene o nel male, espanda o suggerisca nuove letture per quelli che sono i temi che ci interessano principalmente poiché il discorso rimane, comunque e sempre, intorno alla ricerca e questo è forse ciò che abbiamo di diverso noi rispetto ad un comune editore. Abbiamo alcuni interessi di ricerca critica, analitica, anche politica legati a ciò che l'immagine è oggi e fare libri, produrre autori, può diventare una strategia per analizzare differenti aspetti di questa ricerca. Questo è l'elemento che ci interessa molto per quanto riguarda la pratica editoriale. Ci interessa una crescita lenta, ma solida, senza strappi. Io, personalmente, vorrei rinforzare tutto quello che stiamo facendo adesso e renderlo più coeso e leggibile dall'esterno a tutti coloro che si domandano «cos'è Discipula?»

Pur essendo una realtà che incontra, seppur dall'interno, l'editoria solo sotto alcuni aspetti, Marco ha un'analisi interessante riguardo l'editoria indipendente in Italia e la sua crescita. Parla di una serie di cause e concause e aggiunge che «la grande editoria è tutt'altro discorso rispetto a quello che facciamo noi, ci sono una serie di meccanismi e dinamiche di taglio industriale nell'editoria tradizionale mentre, nel nostro settore, si può parlare più semplicemente di queste realtà come di “microecologie”. Questo come in tutte le cose origina dei pro e dei contro. I pro sono appunto che, essendo dei piccoli mercati, è facile muoversi trasversalmente, creare dei ponti con l'estero, creare una rete. Il contro è che, poi, comunque, spesso è veloce individuare quelli che sono i confini di questa rete. Per quanto riguarda i libri, in particolare, credo che negli ultimi anni a livello europeo ci sia stata una sovrapproduzione di fotolibri tale da creare un leggero stallo, un po' come il vinile nell'industria musicale. Il fotolibro è di moda così come il vinile il quale, oggi, è il formato discografico che vende di più. Il fotolibro ha avuto, secondo me, un boom verificatosi attorno al 2010, 2011, 2012, e, adesso, siamo già fuori da questa fase. In Italia, tuttavia, mi sembra di percepire che ci sia ancora una fase di crescita ed espansione poiché ci sono tante piccole realtà, alcune più solide, altre in crescita, o magari anche dei singoli autori che hanno fatto, negli ultimi anni, degli ottimi lavori. Il caso italiano mi sembra, sotto questo punto di vista, abbastanza interessante e

anche su scala europea ci sono tante cose buone. L'immagine fotografica può vivere molto bene e trova nel formato del libro un ambiente in cui funziona.

I libri possono essere bellissimi oggetti che puoi comprare ad un prezzo ragionevole e che possono valorizzare la ricerca di un fotografo. Ecco, quindi, che in questo senso trovo abbastanza naturale il matrimonio fra fotografia e libro».

Non bisogna poi dimenticarsi che negli ultimi anni, con le nuove tecnologie di stampa, c'è stata una svolta, un miglioramento incredibile nella possibilità di produrre a un costo inferiore. E la dove «più persone hanno i mezzi di pubblicare e di sperimentare è ovvio che poi si vengono a creare interessanti libri, interessanti forme di linguaggio editoriale. Anche in questo caso ci sono i pro e i contro: più persone possono produrre, più libri ci sono e quindi si crea una sovrapproduzione, un rumore dietro che poi ti fa perdere di vista le produzioni che veramente buone che escono».

Purtroppo questo è, sostanzialmente, il tipo di dinamica in atto oggi nel mercato editoriale.

Per un giovane professionista che vuole inserirsi in questo settore è difficile. Si può anche decidere di tenere questa cosa come una sorta di hobby e, infatti, conosciamo molte persone che hanno altri lavori e fanno questo con una sorta di ritmo un po' più lento, ma che, però, porta avanti il suo progetto, i suoi libri e vanno benissimo. Nel momento in cui decidi di farlo full time allora diventa un grande investimento di tempo, di energie e anche di denaro. Bisogna essere molto appassionati, una passione talmente forte da portarti ad essere estremamente testardo, perché i soldi sono quello che sono. Nel settore culturale è difficile trovare soldi ed è difficile fare soldi. Quindi è una missione. Il consiglio è, innanzitutto, di guardarsi dentro ed essere sicuri di essere veramente tanto appassionati e poi si impara tantissimo facendo: strategie, meccanismi, gestione del capitale, sia temporale sia economico, non credo che ci siano regole universali. Nel presente, dove c'è una sorta di riorganizzazione, distribuzione delle pratiche del lavoro, possono nascere esperimenti interessanti proprio per inventare delle forme di microeconomie e di gestione del lavoro. Un altro degli aspetti che trovo abbastanza interessante in quello che facciamo è che siamo un piccolo collettivo e c'è comunque un processo di negoziazione, di discussione, di distribuzione di quello che guadagniamo che, in un momento di crisi del mercato tradizionale del lavoro, può dare vita a interessanti esperimenti. Ora, indipendentemente dal discorso fotografico, parlo della sfera del lavoro creativo in generale, intellettuale cognitivo, dove possono nascere e stanno nascendo esperimenti molto interessanti. È verso questa direzione che mi piace riflettere ed invitare anche altre persone a riflettere.

## 2.1.6 Rorhof

Rorhof<sup>90</sup> è uno studio indipendente nato nel 2014 che si occupa della produzione di libri fotografici (con un focus prevalentemente documentaristico), mostre e workshop. Lo studio si trova a Bolzano in un vecchio maso del 1465 che, fino agli anni settanta, produceva vino, aceto, grappa e vendeva vino.

È da questa casa che deriva il nome Rorhof spiega Nicolò Degiorgis: « abbiamo preso il nome della casa con l'idea di mantenere questo progetto incentrato su dove lavoriamo e su come lavoriamo. C'è, quindi, tutta una serie di aspetti artigianali a cui teniamo molto che vogliamo preservare senza diventare troppo fondamentalisti».

Stavo da tempo producendo un libro e cercando di capire da che parte andare, se con una casa editrice oppure no. Avevo amiche che avevano pubblicato con successo ed è stato in quel momento che ho capito che il progetto poteva funzionare, ma avevo bisogno di una persona che entrasse con me in società e che si occupasse della distribuzione perché io volevo occuparmi della parte artistica, della curatela artistica, della grafica e dei contenuti. Una mia amica Eleonora Matteazzi, con la quale avevo già lavorato insieme, si è trasferita da Londra, dove lavorava come producer, a Bolzano in quell'anno e, così, abbiamo deciso di fondare la società Rorhof come casa editrice. Nel 2014 abbiamo iniziato a pubblicare i libri e poi si sono susseguiti vari team, al momento siamo in cinque: io mi occupo della parte artistica, la direzione creativa e la parte di curatela dei contenuti, poi c'è Stefano Riba che si occupa della distribuzione, Michele Degiorgis che si occupa della produzione più che altro di mostre e organizza lo studio e, infine, abbiamo solitamente due stagisti o due assistenti che si occupano uno dell'aspetto più editoriale della casa editrice e uno dell'aspetto fotografico. Ufficialmente siamo, dunque, solo noi cinque, poi logicamente c'è un gruppo di gente che ruota attorno alla casa editrice in un modo o nell'altro e sotto vari aspetti. Ci sono amici con cui si collabora molto, per esempio per *Transart - A journey into aura space* (catalogo del Festival di arte contemporanea di Bolzano) abbiamo collaborato con un'altra curatrice, Lisa Mazza. Al momento pubblichiamo una collana di libri che sono i miei e una seconda collana di cataloghi d'artista di mostre delle quali mi occupo. Sono mostre alle quali poi noi abbiniamo un catalogo: selezioniamo dei fotografi che sono in quella mostra e selezioniamo sempre anche un critico (uno per per ogni libro). Selezioniamo, anche, degli scrittori che, poi, scriveranno testi su questi artisti. I versanti, quindi, su cui ci orientiamo sono due: i miei lavori e quelli di altri. Al momento siamo a cinque e cinque libri pubblicati. Essenzialmente realizziamo tutto in sede anche quanto lavoriamo con i libri di altri: in quel caso la gente si trasferisce e lavora da qua.

---

<sup>90</sup> Sito ufficiale: <http://www.rorhof.com>.

**Transart - A journey  
into aura space**  
Editors: Nicolò  
Degiorgis, Lisa Mazza  
Publisher: Rorhof  
Layout: Nicolò  
Degiorgis  
Format: 166 pages,  
softcover, 16x24cm  
Publication date:  
December 2015  
Publishing date:  
12.2015  
25,00 EUR



Rorhof collabora molto, con scrittori, fotografi, artisti in senso generale. L'ultima collaborazione (Maggio 2016) è stata con Max Pinckers (fotografo che ha fondato una casa editrice) e Daisuke Yokota per il catalogo dal titolo *Floating Worlds* di una mostra curata da Nicolò Degiorgis alla *Fotoforum Gallery*.



**Floating Worlds**  
Max Pinckers e Daisuke  
Yokota  
Curated by: Nicolò Degiorgis  
Text by: Colin Pantall  
Designed by: Nicolò Degiorgis  
Edited by: foto-forum  
Printed by: Longo, Bolzano/  
Bozen  
Format: Two books, 44 pages  
each, softcover, 16x24cm  
Publication date: May 2016,  
Publishing date: 07.2016  
Published by: RORHOF &  
Lyre Press  
35,00 EUR

Spesso durante le fiere dividiamo il tavolo con altri editori. Adesso, per esempio, stiamo andando a *Paris Photo* e li abbiamo un tavolo condiviso con due *selfpublisher* fra cui Piero Martinello che ha presentato ad Arles il suo *Radicalia*. Quando dicevo che Rorhof è tanta gente è perché, ad esempio, questo libro non è stato prodotto con noi, ma comunque lo abbiamo creato un po' assieme, lo distribuisce, infatti, anche la nostra casa editrice e, quindi, partecipiamo anche alle fiere insieme. A Parigi ci sarà un altro ragazzo, Marco Tiberi, che presenta, con noi, un nuovo libro. Facciamo, quindi, queste collaborazioni più che con altre case editrici con i *selfpublisher*. Bisogna dire che anche le altre case editrici ci aiutano molto, ad esempio a New York siamo in fiera con Danilo Montanari, una casa editrice che fa fotografia con artisti molto giovani e che ha molto esperienza. Si collabora, ci si dà consigli perché siamo giovani e nessuno ha mai fondato una casa editrice prima e ci aiutiamo molto soprattutto per quelle che sono le questioni burocratiche e legate ai commercialisti.

Il legame non solo con gli artisti, ma anche con il territorio, con il locale e l'elemento artigianale è fondamentale per Rorhof e, infatti, spiega Nicolò Degiorgis: «la galleria esisteva già da venticinque anni. Io ho vissuto un po' in giro fra Venezia, Cina, Francia e poi sono tornato a vivere a Bolzano con l'idea di lavorare su progetti a lungo termine, di costruire qualcosa. Mi occupo anche di fotoforum insieme ad un gruppo di persone che gestiscono questo spazio, insegno, inoltre, a Bolzano e molti degli stagisti che vengono da noi provengono quasi tutti dall'università e sono miei ex studenti. Diciamo che si è formato un circolo che funziona molto bene. Stampiamo a Bolzano e questo consente un lavoro a stretto contatto con una tipografia locale ed è con loro che sperimentiamo molto. Viaggiamo spesso perché partecipiamo per circola metà dell'anno a fiere, però, c'è sempre questo legame forte con il territorio per una ragione o per un'altra: forse il fatto di viaggiare così tanto porta poi a radicarsi così tanto su altri aspetti». Lavorare con il locale permette, inoltre, di abbassare i costi.

Nella maggior parte dei casi si tende a stampare in Cina. Io lavoravo, ad esempio, in Cina e gran parte del lavoro che facevamo era stampare per clienti europei. Tanti editori vanno là e stampano tre/quattro libri per volta. Noi, invece, stampiamo qua: è un po' più caro, ma riusciamo ad avere dei libri che, secondo me, sono più sperimentali. Il discorso non riguarda tanto la posizione geografica dove avviene la stampa, ma perché stampando qui si ha un contatto diretto con l'artigiano, con il tipografo con il quale inizi una collaborazione e un dialogo ricco di confronti fruttiferi e questo permette, alla fine del processo lavorativo, di aver ottenuto un prodotto più originale.

Per una realtà indipendente la partecipazione a fiere e festival è, abbiamo potuto osservare, estremamente importante sia per l'editore che promuove i suoi lavori sia per le persone che ritornano grazie alla fiducia che hanno acquisito nel tempo.

Facciamo più o meno dalle dieci, quindici, fiere l'anno, in media una al mese. Cerchiamo di seguirne alcune nello specifico: ogni anno, ad esempio, andiamo a Vienna, a Parigi, a New York, due volte l'anno a Milano, a Bristol in Inghilterra. Le principali a cui teniamo sono Arles, Parigi e New York. Il prossimo anno proviamo anche Los Angeles. Abbiamo gruppi di persone, fidalizzati, che ci seguono con passione, dai quali vogliamo tornare perché presentiamo sempre dei contenuti nuovi. L'idea, quindi, che accompagna il nostro lavoro è anche quella di un cambiamento molto forte di libri. [...] Ci sono, nello specifico, due momenti importanti per il libro fotografico: uno è ad Arles dove si può vincere un premio prestigioso e l'altro è *Paris Photo* dove il premio è in collaborazione con un premio americano. Questi due sono premi molto importanti per l'editoria.

Il fotolibro che ha lanciato Rorhof nel mercato editoriale indipendente e che l'ha fatta approdare nei centri di fotografia e nei festival più importanti del mondo è stato, senza ombra di dubbio, il primo libro di Nicolò Degiorgis, *Hidden Islam* il quale, nel 2014, ha vinto The Gold Award al *Deutscher Fotobuchpreis*, il First Book Award a *Paris Photo* (Premio della Fondazione Aperture) e Il Author Book Award a *Les Rencontres des Arles*. L'introduzione al libro è fatta da Martin Parr ed esso rappresenta un'indagine sui luoghi di preghiera e di culto degli immigrati islamici nel Nordest d'Italia fra Trentino, Veneto e Friuli Venezia Giulia.

**Hidden Islam**

Author: Nicolò Degiorgis  
Introduction: Martin Parr  
Editing: Nicolò Degiorgis and  
Martin Parr  
Design: Nicolò Degiorgis and  
Walter Hutton  
Format: 90 pages / 45 gate folds,  
hardcover, 16x24cm  
Third edition  
Publication date: May 2014  
Publishing date: 05.2014  
35,00 EUR



Anche *Oasis Hotel* nel 2015 è arrivato secondo al *Fedrigoni Top Award*.



**Oasis Hotel**

Author: Nicoló Degiorgis

Design: Nicoló Degiorgis and  
Walter Hutton

Format: hardcover, concertina  
binding

Handmade book opening to  
11,5m

First edition of 500

Publication date: May 2014

Publishing date: 05.2014

This book is out of stock

La casa editrice riesce a fare uscire, circa, cinque titoli l'anno ma «è molto casuale, l'anno prossimo l'uscita avverrà ogni due mesi un libro. Facciamo in un modo molto spontaneo, non stiamo molto a riflettere, non c'è tempo per riflettere».

Pensando al futuro prossimo i progetti di Rorhof sono tanti:« l'anno prossimo pubblicheremo già cinque libri e vorrei anche orientarmi di più verso le mostre, e produrre molti più libri a riguardo, concentrarmi anche sulla loro distribuzione. La sfida principale è, infatti, la distribuzione. Stiamo lavorando molto anche sul sito e a breve ne presenteremo uno nuovo». Parlando di distribuzione e spedizioni, questa è una delle maggiori difficoltà che la casa editrice ha dovuto affrontare, spiega Nicolò.

Le maggiori difficoltà sono date sia dal fatto di avere meno persone di quelle che servirebbero e dal non potersene permettere altre non solo a livello economico, ma anche per altri motivi, sia dalla difficoltà della distribuzione e delle spedizioni. Prima si spediva in posta, poi con i corrieri che, ovviamente, costano di più. Spesso fra noi editori parliamo di come sarebbe utile avere una struttura, un magazzino collettivo che si potesse occupare delle spedizioni. Andare a queste fiere è certamente bellissimo, ma costa tantissimo e nessuno riesce davvero a coprire i costi, ognuno trova, infatti, introiti da altre parti dalle quali guadagna la base principale per sostenersi. Questo è un lavoro che fai per passione, e tutti noi abbiamo, bene o male, un piede in un'altra staffa. Editori che fanno gli editori puri sono veramente pochi e devono davvero pubblicare moltissimi libri. È un lavoro a tempo pieno. Io, ad esempio, guadagno insegnando e Rorhof è una macchina che si autoalimenta. Molti fanno così. Gran parte degli introiti vengono dai bookshop e delle fiere, ma anche il



bookshop online ci ha aiutato tantissimo all'inizio. *Hidden Islam* è stato venduto molto online e, da un lato questo ci ha permesso di mantenere i costi bassi (neanche così bassi come sembra poiché essendo piccolo con le spedizioni si arriva a spendere molto rispetto alle grandi case editrici che possono permettersi i contatti con particolari spedizionieri). Online avviene il 40% delle nostre vendite, mentre il resto è tramite contatto diretto con il pubblico o nei Bookshop (in Italia sono: *B-R-U-N-O* e *Civita Tre Venezie* a Venezia; *Leporello Books*, *MACRO Bookstore*, *Offine Fotografiche Roma*, *S.T. Foto libreria galleria* e *One Room* a Roma; *Hoepli* e *MiCamera Bookstore* a Milano; *Mutty* a Castiglione delle Stiviere; *Libreria Zabarella* a Padova; *Museion Bookstore* e *Mardi Gras* a Bolzano; *Alte Muhle* a Maerano; *Studio Bibliografico Marini* a Bari, *LO.FT Locali Fotografici* a Lecce; *OOLP* e *Corraini Camera* a Torino; *Libreria Marincigh* a Udine. Poi vi sono Bookshop anche in Austria, in Germania, in Belgio, in Francia, in Inghilterra, in Giappone, in Olanda, in Portogallo, in Spagna, in Svizzera, in America, in Brasile, in Turchia, in Cina<sup>91</sup>). [...] Ci è capitato, in passato, di ricevere delle sovvenzioni, per esempio dall'Istituto di Cultura svizzero, oppure dalla provincia di Bolzano che ci ha dato dei contributi per due libri, però, sono contributi culturali. Adesso abbiamo realizzato dei lavori su commissione, cataloghi e libri su commissione che non entrano in distribuzione da noi, quindi, forniamo un servizio di grafica editoriale. Questa attività ci aiuta a finanziare altri progetti, ma cerchiamo spesso di ottenere i finanziamenti diretti dalla cultura se abbiamo bisogno. Gran parte dei libri sono autofinanziati da noi perché ci teniamo ad avere una certa indipendenza.

Per quanto riguarda la promozione la casa editrice usa principalmente la newsletter e le fiere perché punta molto sulla clientela che li segue. All'inizio usavano tanto anche facebook. È Stefano che si occupa della distribuzione e che pubblica regolarmente post sui social ma «crediamo molto nel libro come mezzo di comunicazione e, quindi, non usiamo eccessivamente la rete, non ci piace troppa pubblicità anche se, indubbiamente è molto utile».

Parlando di un range di prezzi, Rorhof li divide in tre aree: i libri con la copertina rigida vengono 35 euro, quelli con la copertina morbida 25 euro e, infine le cartoline e le cose minori vengono 15 euro.

«Il libro fotografico», racconta Nicolò Degiorgis, «è un mercato di nicchia che, però, sta crescendo anche per quanto riguarda i Bookshop. In Inghilterra, per esempio, ce ne sono di grandi, ma anche a Milano hanno una parte dedicata al *selfpublishing*. Questo è bellissimo perché si riesce a raggiungere un pubblico più vasto. Con *Hidden Islam* siamo riusciti, per esempio, ad entrare in tantissimi bookshop di musei o bookshop generali non specializzati solo in fotografia, anche se, logicamente, la fotografia è il nostro target. C'è anche da dire che è un discorso geografico poiché l'Italia è un mercato che noi abbiamo, ma non è il maggiore al momento e, quindi, vi è anche un mercato internazionale ricco di collezionisti di libri fotografici. Quello che trovo davvero meraviglioso del libro fotografico è proprio che spesso c'è questa idea della bolla che

---

<sup>91</sup> È possibile trovare l'elenco completo dei bookshop sul sito URL:<http://www.rorhof.com/bookshops>.

andrà a scoppiare, ma come può scoppiare una bolla che è supportata da una pluralità di attori singoli? Non è importante se non si riescono a coprire i costi di un libro poiché la cosa bella è proprio quanti ne nascono. Fra così tanti libri, infatti, davvero una parte considerevole è molto interessante e merita di essere preservata».

La scena del libro fotografico sta crescendo più o meno rapidamente negli ultimi cinque anni. Agli inizi il panorama italiano è rimasto un po' nell'ombra, ma adesso, negli ultimi due anni in particolare, si è mosso tantissimo e anche alle fiere gli italiani sono abbastanza presenti. Secondo me è un momento molto fertile e questa cosa si nota. La fotografia in Italia, a differenza dei paesi anglosassoni, o comunque della Germania, ha avuto sempre un ruolo diverso. In Italia l'arte contemporanea è molto presente fortunatamente e questo porta a degli output molto diversi che all'estero. Però, forse, la fotografia ne soffriva un po' ed era molto istituzionalizzata. Queste istituzioni opprimevano un poco questa scena fertile giovane. Un'altra ragione è che parte dell'editoria e dei *photo editor* era una lobby molto forte in Italia e, quindi, era tutto molto incentrato sui reportage e sui settimanali. Con la crescita del libro fotografico sono nate tantissime belle realtà che, in modalità differenti, si stanno esprimendo con libri fotografici. Non è che prima non ci fossero, ma grazie alle fiere adesso si è creato un legame molto più forte fra di noi. Una delle ragioni principali per la quale faccio libri è per avere occasioni per scambiarli. Fra gli editori ci si stima molto reciprocamente, ci sono tante realtà che sono nate come, ad esempio, a Punta Secca *Gazebook*, lo spettacolare festival del libro fotografico che non ha nulla da invidiare a festival più grandi come quello di Amsterdam.

Quello che sorge spontaneo chiedere è il perché questo fenomeno in crescita dell'editoria indipendente abbia interessato la fotografia e che cosa ha smosso il mercato. Secondo Nicolò Degiorgis «la fotografia è stata utilizzata tantissimo, è un linguaggio in crescita ed in quanto linguaggio ha bisogno di esprimersi. Ci siamo resi conto che ha raggiunto anche una complessità e una maturità sulle tematiche affrontate. I libri permettono, infatti, un rapporto diverso da un reportage, come veniva fatto in precedenza. Oggi, anche per quanto riguarda l'autopubblicazione, c'è una parte economica che è diventata fattibile perché si sono abbassati di molto i costi di stampa e questo ha portato alla nascita di tanti libri, tanti punti di vista e prospettive. Se, da una parte, i costi di produzione si stanno abbassando c'è, invece, un'altra sezione che ha visto i costi alzarsi notevolmente ed è quella dei collezionisti estremi. Mi sembra che il mercato si stia orientando attorno questi due poli. Ritornando alla fotografia credo che una delle sue caratteristiche più belle sia che inquieta di meno e ha questo aspetto divulgativo che è molto forte e che fa parte di essa da quanto è nata. Io associo la

fotografia, l'editoria dei libri fotografici, alla musica per i festival e la sua immediatezza intrinseca. Penso che in tutte le scuole dovrebbe esserci un approccio più relazionale con il libro fotografico».

### 2.1.7 Il Progetto CALAMITA/À

Gianpaolo Arena e Marina Caneve hanno curato il progetto CALAMITA/À<sup>92</sup>, un lavoro di «indagine territoriale che, attraverso una ricerca programmata, vuole approfondire i mutamenti in corso, generare dibattito, rivelare criticità, attirare interesse e conoscenza attorno a un luogo nodale ancora in via di definizione»<sup>93</sup> e che ha come perno guida e base di partenza per la riflessione la Catastrofe del Vajont del 9 ottobre 1963<sup>94</sup>.

Il nome nasce dalla dualità fra Calamita e Calamità: Calamita come magnete per sottolineare la natura di un luogo così attrattivo e di un territorio così magnetico come il Vajont; Calamità, invece, perché è un progetto legato alla catastrofe del Vajont e, quindi, da lì è nato il nome del progetto. CALAMITA/À è nato 3 anni fa su invito della curatrice, architetto e fotografo Marina Caneve che mi ha chiesto di curare insieme il progetto e da lì siamo partiti e abbiamo sviluppato una piattaforma di ricerca coinvolgendo all'incirca cinquanta fotografi, artisti italiani e internazionali. Una gran parte di questi autori sono venuti e hanno lavorato sul Vajont a dei progetti specifici con la fotografia e con altri medium. Principalmente sono fotografi perché molti di essi erano autori con cui io ero già in contatto attraverso Landscape Stories, altri, invece, sono stati chiamati per curare altri aspetti come testi e altri ancora sono musicisti e hanno sviluppato dei veri e propri album musicali dedicati alla sound art del territorio.

Così è nato il progetto ed è durato fino ad un anno fa, quanto hanno deciso di sviluppare una piattaforma di *crowdfunding* per la realizzazione del loro primo libro fotografico. CALAMITA/À è, dunque, una «piattaforma di ricerca indipendente sul contemporaneo che nasce da una riflessione sui territori del Vajont e unisce pratiche artistiche e

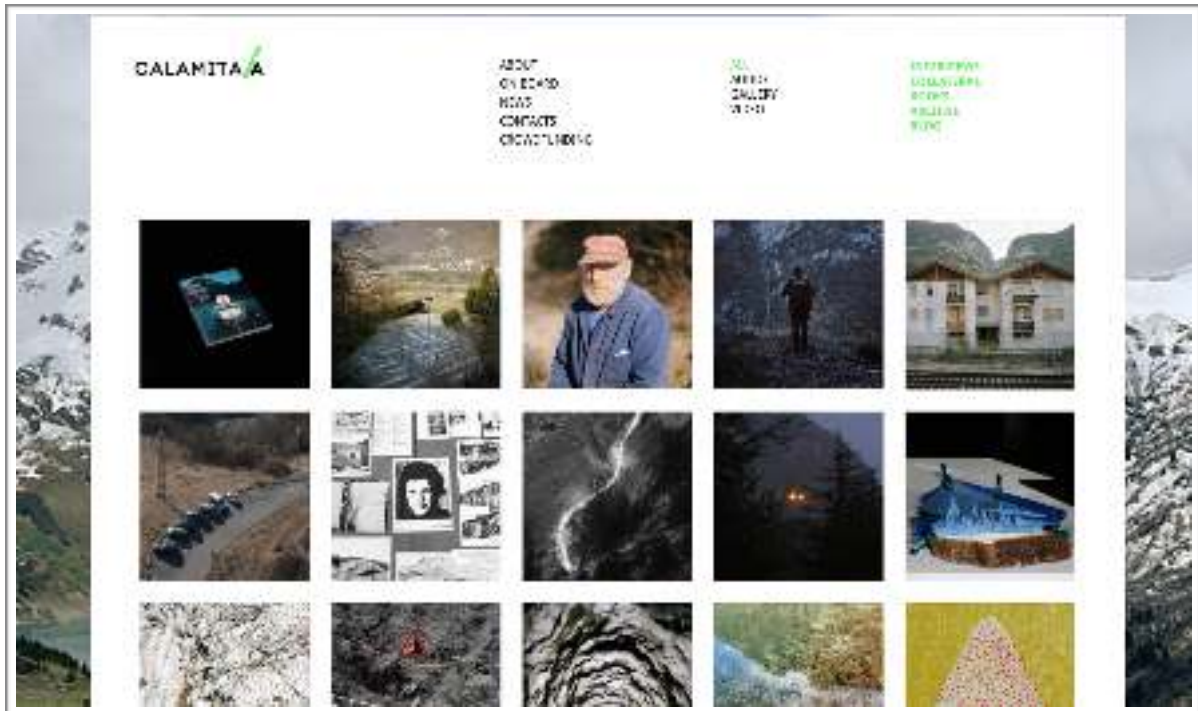
---

<sup>92</sup> Sito ufficiale: <http://calamitaproject.com>

<sup>93</sup> URL: <http://calamitaproject.com/about/>

<sup>94</sup> Il 9 ottobre 1963 alle 22h39 una frana, composta da 260 milione di metri cubi di rocce staccatisi dal monte Toc, cade nel bacino idrico del Vajont e crea un'onda d'acqua, alta 50 milioni di metri cubi d'acqua, che travolse molti paesi limitrofi e uccise all'incirca 2000 persone.

scientifiche per indagare i fenomeni di trasformazione del territorio in seguito ad un evento catastrofico»<sup>95</sup>.



Parlando del libro, Gianpaolo Arena spiega come esso volesse essere un po' «la somma, ma anche una nuova partenza per innescare nuovi percorsi all'interno del progetto. Abbiamo pubblicato il libro ed un mese fa, il 29 ottobre 2017, è stato presentato in mostra a Roma alla Matera Gallery, a Treviso il 31 ottobre presso la sede di Landscape Stories (Palazzo del Podestà, Via Calmaggione 10), poi è stato presentato anche a Parigi il 12 novembre a *Polycopies*. Tra qualche giorno lo presenteranno ad Amsterdam e il 14 Gennaio saremo a Padova alla libreria Zabarella».

<sup>95</sup> URL:<http://calamitaproject.com/on-board-2/>.



#### Informazioni tecniche del libro:

##### THE WALKING MOUNTAIN

CALAMITA/À is curated by Gianpaolo Arena & Marina Caneve

BOOK DESIGN: – SYB –

Self Publish CALAMITA/À

Edition 300

30×23 cm

148 pages

LITHOGRAPHY Varianti srl

PRINTING GraficArt

PAPER

Sappi Magno Satin gr. 170

Sappi Magno Natural gr. 120

TEXT

CALAMITA/À, CALAMITA/À & Olivia Casagrande, François Hartog, Emiliano Oddone

PHOTOGRAPHY

Andrea Alessio, Gianpaolo Arena, Sergio Camplone, Marina Caneve, Céline Clanet, Scott Connarroe, François Deladerriere, Marco Lachi, Michela Palermo, WOM – Max Rommel & Marissa Morelli, Gabriele Rossi, Petra Stavast, Jan Stradtman, Zijderwijk/Vergouwe, Cyrille Weiner & Giaime Meloni

URBANISM

Latitude Platform

SOUND

Gianluca Favaron / Stefano Gentile, Valerio Cusi, Enrico Malatesta, Enrico Coniglio

VIDEO

WOM – Max Rommel & Marissa Morelli, Mauro Sambo, Tommaso Perfetti

INTERVIEWS

Derrick de Kerckhove, Otto Olaf Becker, Matthieu Gafsou, Simon Norfolk, Rob Stephenson, Drew Nikonowicz, William Basinski, Aglaia Konrad, François Hartog, Stephen Wilkes, Peter Bialobrzeski, Francesco Jodice, Rob Hornstra

TRANSLATION

Melissa Zhou, Michela Leoni, Asia Trianda, Zoe Casati, Roberta Agnese

PROOF CORRECTION

Cinzia Ruggeri, Roberta Agnese, Francesco Bergamo

WEBSITE

Vincenzo Schiraldi with the support of Nicola Losito

Design -SYB-

Printed in October 2016 at Graficart – Arti Grafiche

Il lavoro editoriale, suddiviso in tre sezioni, è composto da tre libri: nel primo ci sono i materiali di archivio e i testi critici affidati a diversi protagonisti, nel libro centrale, che è il più grande, ci sono i progetti fotografici ed, infine, nel terzo libro ci sono le interviste esclusive fatte ad una decina di protagonisti della fotografia contemporanea internazionale.

Il progetto è interdisciplinare e non è stato facile mettere insieme tutti questi materiali in un libro. Solo disegnare il libro ha impiegato un anno e per questo ha avuto un ruolo molto importante il grafico olandese (SYB) che abbiamo chiamato per dare ordine a questa complessità.

Il successo che il libro ha ottenuto è stato «oserei dire quasi inaspettato perché abbiamo esaurito la prima tiratura di copie in meno di due mesi e credo che, entro la metà di gennaio massimo, il libro sarà esaurito e, quindi, stiamo valutando la possibilità di fare una seconda stampa. Ha ricevuto un feedback molto positivo ed è stato comprato in diversi paesi nel mondo. Le ultime spedizioni che abbiamo effettuato erano per la Francia, l'Inghilterra, la Germania, la Cina, il Canada, l'America e l'Islanda. Il pubblico è, in parte, quello di Landscape, in parte diverso poiché diversa è la natura del progetto».

Gianpaolo Arena, che si è occupato della parte curatoriale, spiega che essere curatore è un lavoro di responsabilità e trasversale poiché deve «svolgere diversi compiti quali riuscire a dare forma al concetto, all'idea che sta alla base del progetto, di chiamare gli autori che diventeranno protagonisti del progetto, di mettere insieme i contatti, far relazionare il mondo dei fotografi senza snaturare il loro lavoro, di essere rispettosi del lavoro prodotto e di mettere in comunicazione tutte le figure che concorrono poi alla

realizzazione di un progetto, in questo caso del libro. Un ruolo, dunque, molto delicato perché deve essere come un direttore d'orchestra capace di far fronte ad una serie di problematiche e di necessità senza però far venir meno l'idea della qualità e del progetto.

Il 29 e 30 settembre e l'1 ottobre 2017 il progetto CALAMITA/À ha partecipato anche al festival di internazionale a Ferrara



### 2.1.8 Le Edizioni Labò

Spazio Labò<sup>96</sup> è un centro multifunzionale fondato, a gennaio 2010, da Laura Da Marco e Roberto Alfano.

L'idea di Spazio Labò è nata principalmente dall'esigenza di avere a Bologna una realtà aperta e indipendente esclusivamente dedicata alla fotografia. Nasce da un nuovo concetto di intendere un luogo dedito alla fotografia in Italia: l'idea del "centro di fotografia" per noi ha, infatti, molteplici e fondamentali, significati. Si tratta di uno spazio che coniuga al tempo stesso diverse attività: mostre fotografiche, incontri con fotografi e professionisti del settore, presentazioni di libri e di progetti, scuola di fotografia, promozione dei lavori degli studenti, libreria specializzata, laboratorio creativo.<sup>97</sup>

Questa realtà bolognese indipendente si occupa di cultura fotografica, nello specifico di fotografia contemporanea, soprattutto, insistendo sui giovani fotografi e artisti nazionali ed internazionali utilizzando differenti linguaggi: dalle mostre, ai corsi, ai workshop ad una libreria specializzata con oltre 400 titoli consultabili fino anche alle Edizioni Labò, edizioni in tiratura limitatissima che rappresentano le raccolte dei lavori degli allievi.

Spazio Labò si propone, dunque, nel panorama delle realtà indipendenti come un «centro per la promozione e lo sviluppo di una fotografia originata non solo dalla conoscenza tecnica del mezzo fotografico, ma anche e soprattutto da una approfondita educazione visiva e culturale alla fotografia»<sup>98</sup>.

Parlando con Laura De Marco risulta interessante entrare nei dettagli che riguardano le Edizioni Labò e, soprattutto, l'attenzione e la cura che viene riservata a questo piccolo progetto che è nato simmetricamente con il centro culturale.

In realtà una delle nostre primissime pubblicazioni aveva già fatto due mostre in America dove si trovava la *Independent library of Photobooks* grazie a dei contatti che all'epoca avevo. Abbiamo, anche, organizzato e creato una mostra a New York e una a San Francisco. Fondamentalmente possiamo dire che tutto sia nato da Spazio Labò che è questo centro di fotografia nato come centro culturale. Con questa realtà indipendente circuitiamo il nostro

---

<sup>96</sup> Sito ufficiale: <http://www.spaziolabo.it>.

<sup>97</sup> Maccione G. URL:<http://www.youthlessfanzine.com/laura-de-marco-spazio-labo-centro-di-fotografia>.

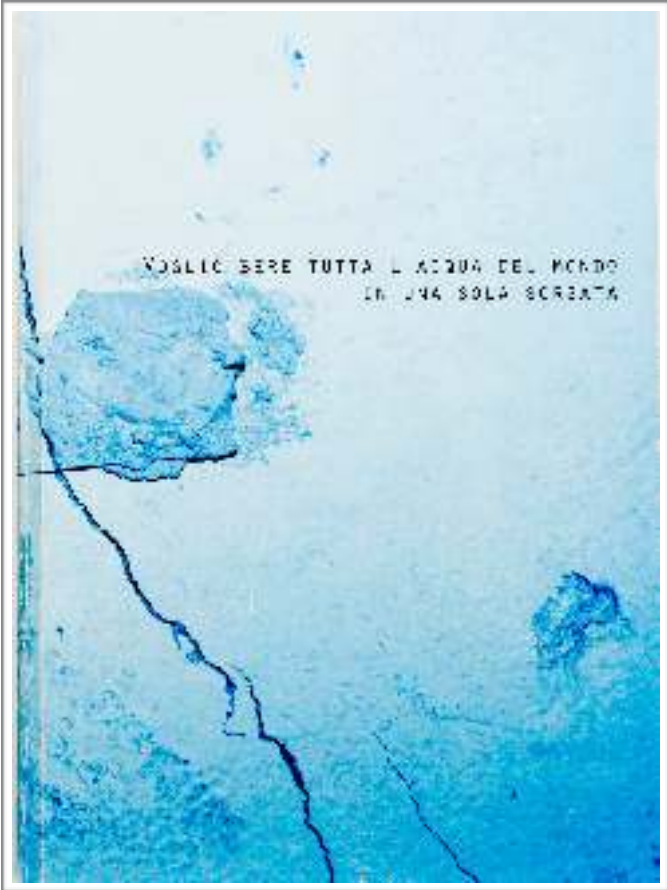
<sup>98</sup> URL: <http://www.fotografia.italia.it/enti/spazio-labo-centro-di-fotografia/>.



interesse culturale dal punto di vista della didattica e anche dal punto di vista degli esposizioni e degli eventi che organizziamo. Abbiamo, anche, un percorso biennale, un percorso annuale, un workshop, dei master, insomma un piano formativo costante di alto livello. Periodicamente ci occupiamo di preparare esposizioni nazionali o internazionali, presentazioni di libri e attività legate alla fotografia contemporanea emergente. Siamo nati nel 2010 e, con noi, è nato anche questo piccolo progetto delle Edizioni Labò fondamentalmente proprio dalla passione che abbiamo verso il libro fotografico. L'idea non era quella di metterci a fare gli editori, poiché non lo siamo dal momento che siamo più che piccoli e già abbastanza impegnati con tutte le altre attività che facciamo, ma piuttosto quella di avere un canale in più per veicolare il lavoro dei nostri studenti anche considerando l'attenzione che diamo al libro fotografico in generale nei nostri corsi. Edizioni Labò può rappresentare una prima esperienza pratica di come fare un libro.

Ecco alcuni dei progetti editoriali prodotti da Spazio Labò in questi anni:









Edizioni Labò è anche un modo per veicolare le mostre organizzate dallo Spazio e, infatti, vengono realizzati anche i loro cataloghi specifici. Tuttavia, spiega Laura De Marco, «questo è poco più difficoltoso da realizzare in quanto implica un budget abbastanza considerevole. Noi abbiamo realizzato un catalogo di una nostra mostra. Abbiamo, poi, realizzato anche cataloghi di workshop con i risultati dei lavori e, per il resto, ci siamo, quasi totalmente, dedicati a realizzare libri con i lavori dei nostri studenti. In questo momento le edizioni sono tendenzialmente volte ai giovani autori che, per ora, nascono dentro a questa realtà, alla scuola stessa, ma che, con alcune collaborazioni esterne che stanno nascendo, fra le quali anche la partecipazione a festival come quello di Punta Secca, vorremmo incrementare prendendo lavori di giovani esterni alla nostra realtà. L'obiettivo è restare sempre sui giovani autori perché siamo piccoli e magari su un singolo progetto ci concentriamo tanto. A noi non interessa per il momento più di tanto il produrre una serie di libri come può ovviamente importare ad una realtà editoriale più grande come l'Artiere o a che ha delle collane e una certa

distribuzione. I nostri libri sono visti qui o attraverso le mostre e i festival. Al momento non puntiamo ad un banchetto dove vendere i libri quanto, piuttosto, a mostrarli.

Anche a *Gazebook* quest'anno ci siamo inventate una struttura espositiva originale per presentare i nostri lavori».



Da quest'anno proprio per assecondare la «follia degenerativa» per il libro fotografico e anche l'importanza che esso riveste anche all'interno di questo centro multifunzionale, è stato aperto un Master in photo book making dal titolo *il linguaggio del book making* che vede come docenti di spicco Fiorenza Pinna e Salvatore Santoro. Il Mater che, è durato fino al 15 aprile 2018, prevede 100 ore, un giorno di visita all'Artiere grafiche e un incontro con Milo Montelli di Skinnerbook. Questi due incontri specifici sono, secondo Fiorenza, molto interessanti e «fondamentali per confrontarsi con due delle fasi principali nella vita del libro fotografico. Da una parte la produzione, il confronto con i tipografi, la pre stampa, le tecniche di stampa, la fattibilità. Dall'altra, poter ragionare e

confrontarsi con un editore è di grande importanza per comprendere le dinamiche del mercato editoriale»<sup>99</sup>.

In questo Master, grazie alla collaborazione con Salvatore, affronteremo il “book making” in varie fasi. Prima di tutto lavoreremo alla strutturazione e allo sviluppo di un progetto fotografico in corso, successivamente ci concentreremo sull’output da dare al progetto, in particolare sulle varie possibilità di costruzione di un libro fotografico [...]

Spesso ci si ritrova con un progetto concluso, magari centinaia di foto scattate e di fronte alla mole di lavoro e alla complessità che la realizzazione di un libro comporta, ci si scoraggia. Noi vogliamo prima di tutto insegnare un metodo, una “guida pratica” che possa coniugare l’idea progettuale iniziale con la sua sintesi editoriale, la “sequenza da sfogliare”. Si tratta di un Master molto operativo e lavoreremo con la finalità ben chiara di voler realizzare un libro; è un linguaggio molto specifico, che si differenzia da quello utilizzato per stampe singole o per l’allestimento di mostre. È un po’ come decidere di scrivere una poesia, una cronaca o un romanzo; chi decide di fare un libro fotografico deve conoscere il metodo, il linguaggio, le buone pratiche, l’impostazione e la realizzazione. Per questo capiremo come realizzare un “dummy”, il primo risultato concreto del lavoro orientato al “book making”. Prenderemo anche in esame i testi da inserire nel libro. Esistono necessità e soluzioni diverse; per esempio, a volte il testo introduttivo è fondamentale, in altri casi è controproducente.<sup>100</sup>



---

<sup>99</sup> *Intervista a Fiorenza Pinna e Salvatore Santoro*. URL:<http://www.spaziolabo.it/2017/09/26/linguaggio-book-making-intervista-fiorenza-pinna-salvatore-santoro/>.

<sup>100</sup> *Idem*.

A volte è possibile che non ci sia un budget sufficiente, ma quello che conta è quello di creare un libro curato nel dettaglio dalla A alla Z, «dal progetto editoriale alla scelta della carta tutto deve essere perfetto. Anche se siamo in economia cerchiamo di mantenere questa perfezione, poi, magari, affidiamo ad un fornitore esterno, per esempio, le stampe. L'obiettivo è ottenere sempre una qualità altissima, piuttosto stampiamo meno copie, ma tutto deve essere curato nei minimi dettagli». Essendo una passione e non un'attività editoriale nel senso stretto del termine, le copie in stampa sono pochissime, una cinquantina tendenzialmente, e non hanno, a rigor di logica, i numeri per andare in tipografia. Creano delle edizioni che si potrebbero definire casalinghe, preziose dove l'attenzione è focalizzata sul libro.

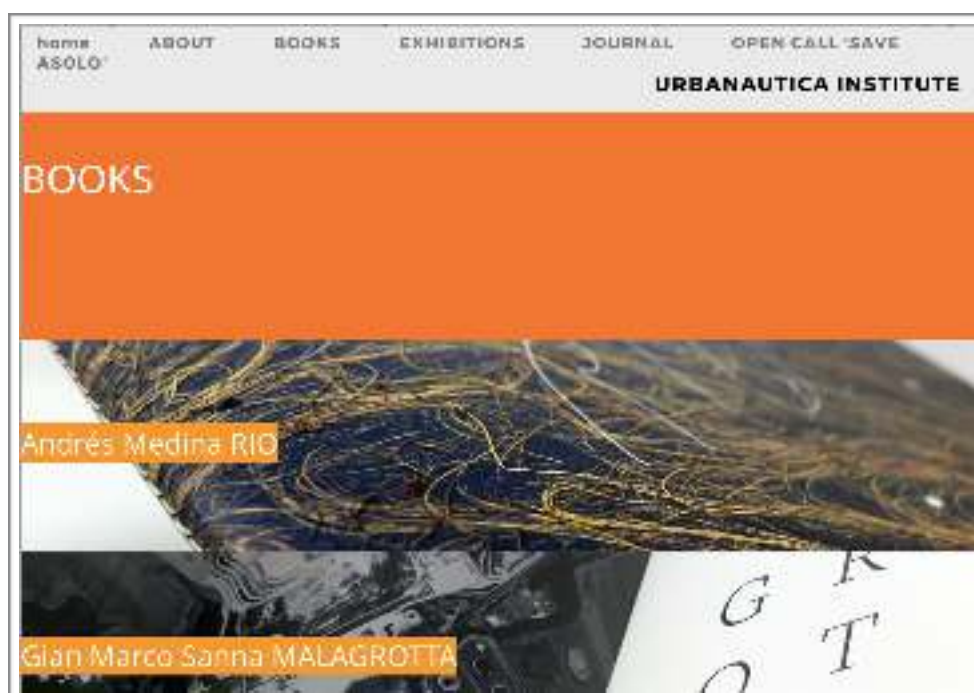
Entrando in un discorso più generale sul libro fotografico e sul boom, o per meglio dire la riscoperta che ha vissuto in questi ultimi quindici anni, trovo interessanti le parole di Laura De Marco che spiega come sia interessante essere quasi sommersi da editori molto validi che lavorano molto bene e che si fanno conoscere attraverso i festival. «Bisogna» aggiunge «veicolare la qualità. C'è una fame di fare bene e di guardare anche all'estero, c'è uno scambio continuo anche al di fuori dell'Italia. È vero che poi quando si va ad una fiera si trovano libri di tutti i tipi, ma quello che i fotografi dovrebbero ripetere prima di fare un libro è la seguente frase “è necessario il mio libro nel mondo?”. Detto questo la maggior parte dei fotografi aspira a fare un libro perché questo processo è parallelo, in qualche modo, al decadimento dell'esposizione a muro della fotografia. È probabile che questo derivi anche dal fatto che, soprattutto in Italia, non vi è un'innovazione dal punto di vista delle mostre e gli autori sono stanchi di questo. Le mostre sono, inoltre, momenti temporanei mentre il libro perdura nel tempo. In America i più grandi fotografi ragionano in termini di libri. I più grandi lavori sono, in primis, dei libri e le mostre diventa il modo di veicolare un lavoro, un progetto a meno che esso non sia un'installazione. Oggi più di boom direi che è più corretto parlare di riscoperta. In Italia probabilmente la situazione è diversa perché all'inizio il libro era un catalogo un libro ben fatto non è mai frutto di un fotografo solo, ma di una collaborazione con grafico, curatore e fotografo. Chi non ragiona in questi termini non farà mai un libro che sia un oggetto, ma solamente un catalogo. Moltissimi fotografi oggi non optano più per l'editore più blasonato perché hanno paura che il loro lavoro

venga inglobato e non ci sia più neanche la possibilità di dialogo. Con l'editoria fotografica indipendente, invece, questo dialogo è possibile. Si inizia da un progetto che poi diventa libro».

### 2.1.9 Urbanautica Institute

Urbanautica Institute<sup>101</sup> è un istituto di ricerca e internazionale che, come operatore culturale, lavora nel campo dell'antropologia visiva e dei paesaggi culturali.

Nato dopo dieci di anni di esperienza e con alle spalle il famoso giornale indipendente Urbanautica, il team di lavoro, che vede a capo il fondatore Steve Bisson, si occupa di collaborare con gli autori e di creare eventi in tutto il mondo che vanno dalle mostre, alle conferenze, ai workshop, ad una nuova collana di libri.



Parlando con Steve Bisson cerchiamo di capire le motivazioni del passaggio dal giornale Urbanautica ad una realtà più grande Urbanautica Institute, di cui il giornale resta una delle attività: «creare l'Institute e la volontà di avere due siti differenti per

---

<sup>101</sup> Sito ufficiale: URL: <http://www.urbanauticainstitute.com>.



Urbanautica ed Urbanautica Institute nasce da una necessità» spiega il fondatore e aggiunge « questo passaggio era per noi ormai indispensabile perché la nostra presenza online e anche fuori era andata ben oltre. Siamo e rappresentiamo a livello nazionale ed internazionale molto di più del solo giornale, dal 2010 collaboriamo con musei ed associazioni culturali per organizzazione di esposizioni e progetti didattici. Abbiamo, così, dovuto creare un contenitore diverso che permettesse di accogliere tutte le molteplici attività di cui ci occupiamo e che allo stesso tempo rispecchiasse a pieno la nostra natura. Questo passaggio nasce proprio dall'esigenza intrinseca di darci una struttura anche a livello anagrafico diversa rispetto a quella del giornale per cui eravamo già conosciuti. Come tanti blog abbiamo sempre avuto la partecipazione di persone di varia estrazione e provenienza che volevano in qualche modo farsi un'esperienza o accompagnarci e, quindi, c'è sempre stato un via vai di persone all'interno della redazione. Alcune sono rimaste per un tempo limitato, altre sono diventate collaboratori storici. Adesso con Urbanautica Institute abbiamo deciso di consolidare i rapporti con le persone che da più tempo lavorano con noi e di strutturare un gruppo di lavoro più organizzato. Se, infatti, prima le collaborazioni erano più legate al giornale e di natura redazionale, adesso il gruppo di lavoro di Urbanautica ha all'interno persone che organizzano mostre, progetti altri, collaborazioni in giro per il mondo e, conseguentemente la squadra risulta più consolidata, più coesa. Ora possiamo a tutti gli effetti dire che siamo un gruppo di lavoro, qualcosa di più di una semplice redazione».

Dal 2015 Urbanautica collabora con l'Artiere Edizioni con il quale hanno una collana *Urbanautica Collections* e si occupano di produzione e distribuzione, ma da quest'anno con la nascita di Urbanautica Institute è stata inaugurata anche una nuova collana di libri *Urbanautica books* che vede al momento 4 titoli prodotti a partire dal mese di luglio.

Questa nuova collana sarà la collana di punta e si affiancherà alle altre attività editoriali quali cataloghi legati alle mostre e alla collezione dell'Artiere.

In seguito verranno presentati i quattro titoli usciti della nuova collana e i cui dati si possono trovare sul sito ufficiale di Urbanautica Institute.

**MALAGROTTA**  
Gian Marco Sanna  
1st Edition, 2017  
150 copies (hand-numbered)  
19x28,5 cm  
48 pages  
Softcover package  
English  
20 Euro



**INHABITANTS**  
Andrea Buzzichelli  
1st Editions, 2017  
199 copies (hand-numbered)  
23x20 cm  
48 pages  
Softcover package (Swiss  
binding)  
English/Italian  
23 Euro

**52 PICTURES**  
Edoardo Hahn  
1st Edition, 2017  
100 copies  
18,6 x 27,9 cm  
48 pages  
Softcover package (Saddle stitch)  
English  
20 Euro



**RIO**  
Andrés Medina  
1st Edition, 2017  
150 copies (hand-numbered)  
20x31,5 cm  
48 pages  
Softcover package (Sewn Singer  
binding)  
English  
25 Euro

La scelta degli autori «nasce» spiega Steve Bisson « dal contatto, dallo sviluppo di un certo rapporto con gli autori che ci contattano, ci scrivono o che noi stessi contattiamo. Non c'è un criterio preciso di selezione, è un criterio curatoriale che al momento dipende molto da me. Una volta che il progetto viene proposto ci si incontra e si cerca di capire se vi sono le condizioni favorevoli per andare avanti nella produzione del libro. L'ultimo titolo è un libro realizzato con lo spagnolo Andrés Medina, e rappresenta l'esito di sette anni di documentazione fotografica lungo un fiume. Sapendo che stavamo aprendo una casa editrice, e conoscendoci da prima, ci ha contattato e così abbiamo dato vita al progetto».

Il pubblico di riferimento per questa realtà è sicuramente da sempre internazionale, così come per il giornale Urbanautica.

La geografia del nostro pubblico è sempre internazionale. In Italia faremo il 5/10 del traffico. Nell'arte e nella fotografia, infatti, vi è ora come ora un sovrappopolamento di attori. Ormai la sfida reale non è riuscire a trovare uno spazio in questa nicchia ormai satura. Il Mercato per noi è quello: non sono i collezionisti e gli esperti, anche se sono i primi a seguirci, ma anche quelli che devono ancora scoprire che questo tipo di libri esistono. I canali di comunicazione che utilizziamo sono principalmente tre: i social network, il giornale Urbanautica e tutte le attività che facciamo in giro servono per far parlare di noi. Anche con i libri saremo presenti in più fiere da Arles, a New York a Londra fino a tutte le occasioni minori.

Le prospettive future nell'ambito editoriale «sono sicuramente quelle che permettono di far crescere la collana, di farci conoscere e di posizionarci sul mercato in modo da essere riconoscibili» aggiunge Steve Bisson «per le attività in generale, invece, quello che ci aspettiamo è di consolidare il gruppo di lavoro in modo che abbia le capacità di agire localmente e in modo internazionale. Adesso stanno lievitando le collaborazioni con le gallerie ed i festival e uno degli obiettivi è, infatti, proprio quello di consolidare questa nostra reputazione di operatore culturale. Produrre occasioni, essere sempre più presenti e avere sempre più contatti così da diventare credibili. I contenuti devono, infatti, essere sempre supportati dai numeri. Non partiamo da zero, ma da dieci anni di esperienza e questo ci dà un discreto vantaggio da questo punto di vista perché abbiamo alla spalle anni di contatti e di relazioni con le persone che ci seguono».

Pensando al mondo dell'editoria fotografica indipendente e al suo possibile sviluppo le parole di Steve Bisson risultano veramente interessanti perché offrono una prospettiva ed un punto di vista critico e oggettivo sulla situazione in Italia.

Nel panorama italiano vedo tante belle cose e preziose, ma faccio fatica a vederle come delle imprese. Quali sono le condizioni che permettono a questo arcipelago di crescere? Se non ci si interroga su queste criticità tutto resta in una dimensione molto piccola se pur preziosa. Ragionare da piccoli, però, da un punto di vista economico aziendale interessa poco. Se queste realtà restano delle passioni, delle avventure di persone singole ed illuminate non si va lontano. Diverso è se queste realtà generano lavoro. Le basi e le persone da cui costruire ci sono, quello che manca è una visione corale. Da quanto abbiamo osservato in una recente partecipazione al book fair di fotografia europea a Reggio Emilia non c'è nemmeno una coscienza tra le istituzioni deputate al mestiere. Questo significa, che per quanto di nicchia, il settore è completamente sottovalutato. Da questo punto di vista una partecipazione più organizzata degli operatori è auspicabile. Non solo, crescita significa più un salto di mentalità che di scala. Come casa editrice stiamo cercando a modo nostro di migliorare a livello organizzativo, affinché l'attività si auto alimenti e sostenga solidamente. Abbiamo alle spalle alcune esperienze di crowd funding positive, tuttavia non può essere sufficiente.

## 2.2 Il mondo della rete

Parlare di fotografia e di web è come aprire un grande calderone colmo di informazioni, di realtà che ogni giorno affollano la rete. In questo marasma confuso, però, vi sono alcune identità che spiccano per l'originalità e l'interesse che ripongono nella diffusione della fotografia contemporanea di valore.

Magazine online diventati punto di riferimento per tutti i fotografi, i critici e gli appassionati, piattaforme online che mostrano in un click una rete di connessioni internazionali e che sono, ormai, fra le più importanti al mondo. La rete può essere manico e lama dello stesso coltello in quanto offre la possibilità di esprimersi liberamente ma, allo stesso tempo, non screma il materiale proposto così da creare un insieme dei più svariati elementi.

Aprire un magazine online o una piattaforma digitale implica, inoltre, il dover creare una struttura organizzativa molto complessa che vede la partecipazione di molti collaboratori e un piano di pubblicazione preciso, che potremmo azzardare a definire aziendale.

In Italia è difficile che riescano a nascere realtà nel web di spessore, che non siano i blog amatoriali o affini, poiché il panorama è orientato sulle micro case editrici indipendenti dirette e formate, nella più parte dei casi, da una sola persona. Sono abilissimi fotografi che decidono di autopubblicarsi e poi pubblicare anche altri fotografi, ma restando distanti da una prospettiva aziendale.

In generale, quindi, nel panorama italiano, il fenomeno dell'editoria indipendente ha coinvolto più la nascita delle micro editorie e, conseguentemente, il mondo della carta che il mondo della rete.

In questo paragrafo saranno presentate le due realtà di spicco in Italia che hanno saputo diventare dei pilastri internazionali per la fotografia contemporanea: Landscape stories e Urbanautica.

### 2.2.1 Landscape stories

Landscape stories<sup>102</sup> rappresenta un progetto di ricerca, discussione, indagine sulla fotografia, specialmente paesaggistica libero e indipendente, che «nasce nel 2010 sostanzialmente da un vuoto, da una mancanza». Gianpaolo Arena approfondisce le origini e le ragioni che hanno portato alla nascita di questo progetto e racconta come tutto sia nato da una discussione di tre amici, Claudio Bettio, Andrea Gaio e lui, che «volevano leggere delle cose attorno alla fotografia che ancora non c'erano. Siamo nel 2010, un periodo in cui stavano nascendo i primi blog, i primi magazine online, ma che ancora non erano diffusi. Noi volevamo, sostanzialmente leggere dei contenuti che avessero come tema, come medium, la fotografia e che però non si limitassero ad un discorso esclusivamente tecnico o tecnicistico, ma che avessero dei contenuti principalmente culturali. È da qui che è nata l'idea di fare un numero guida, un numero pilota, una sorta di test, che era appunto il numero di Landscape stories, e abbiamo per un anno discusso sui contenuti e su come questo magazine avrebbe dovuto essere disegnato, come avrebbe dovuto funzionare. Siamo arrivati alla prima bozza di un disegno che abbiamo poi sviluppato nel corso dei numeri successivi fino ad arrivare alla forma odierna che ha come format quello di legare temi monografici a progetti fotografici e a testi letterari. I temi che noi andiamo ad affrontare per ogni numero (siamo al venticinquesimo numero) sono stati i più svariati: dalla montagna, al vuoto, al cibo e si possono ritrovare tutti nella sezione legata all'archivio. Attorno a quello che è il tema che noi andiamo ad editare abbiamo poi sviluppato anche i temi successivi cercando dei legami labili tra testi letterari e progetti fotografici. Dopo sono nate le rubriche che sono delle vere e proprie finestre sul mondo in cui poter fare degli approfondimenti con i più importanti protagonisti della fotografia contemporanea. C'è una sezione dedicata alla recensione dei libri che è *book reviews*, un'altra sezione è *dream books* e poi la sezione dei video libri che, invece, è interamente dedicato ai video. La scelta di proporre modalità diverse di fruizione deriva dal fatto che siamo un Magazine online anche se il modo migliore per vedere fruire la fotografia rimane il libro di fotografia o la mostra. Naturalmente non tutti possono accedere a tutti i libri di fotografia e a tutte le mostre, quindi, questa sezione di videolibri vuole indicare alcuni

---

<sup>102</sup> Sito ufficiale: <http://magazine.landscapestories.net/it>.

riferimenti culturali per noi importanti e permette ai nostri lettori di visionare un gran numero di libri dedicati alla fotografia, alcuni sono anche libri che non si riescono più a trovare. Sono, quindi, come degli inviti per poi approfondire ed andare a ricercare i Photobook».



Il numero ventisei di Landscape stories ha come tema *Habitare* in tutte le sue sfaccettature: «una sorta di geografia emozionale che ci riporta a uno stato embrionale ed intimo dell'esistenza, dove immaginazione ed esperienza trovano letteralmente dimora».<sup>103</sup>

In copertina *Architecture of Destiny* di Michael Wolf, che ha esposto anche a *Les rencontres de la Photographie, Arles*.

---

<sup>103</sup> *Landscape Stories, Editoriale, numero 26, anno 2017*. URL:<http://magazine.landscapistories.net/it/archive/2017/habitare/editorial>.





Il numero ventisette, invece, dal titolo *Machine*, presenta il tema della macchina come artificio di un mostro che sta divorando tutte le risorse che abbiamo.

Noi stessi siamo gli artefici di un mostro che, una volta innescato, sta rapidamente consumando le risorse e lo spazio fisico del nostro pianeta. Le macchine siamo noi, come nel romanzo Frankenstein di Mary Shelley.<sup>104</sup>



---

<sup>104</sup><http://magazine.landscapistories.net/it/archive/2017/machine/editorial>.

La scelta delle tematiche, dei fotografi e dei testi sono ad opera di Gianpaolo Arena che è il curatore del sito.

Faccio un lavoro di ricerca che inizia anche anni prima per arrivare a definire poi ciascun numero. Anche ora io ho già individuato i temi per il prossimo anno, anno e mezzo, e ho già iniziato a selezionare i testi fotografici e letterari. Questa selezione curatoriale va proprio nella direzione di andare a definire meglio il progetto che, poi, verrà pubblicato successivamente. I libri fotografici sono delle selezioni del tutto arbitrarie che però rappresentano per noi lo stato dell'arte e del libro di fotografia. Sono, quindi, testi per noi molto importanti.

Nella sezione *Books* del Magazine, divisa in *Book reviews*, *Dream Books*, *Video Books*, i libri esposti vengono, quindi, selezionati in modo arbitrario e seguendo la linea guida del progetto che Landscape rappresenta.

Il tipo di lettori a cui questo Magazine è indirizzato sono legati principalmente alla fotografia, ma non solo, infatti Gianpaolo spiega come appena uscito il primo numero si siano resi conto di quanto appetito da parte del mondo della fotografia ci fosse.

Ad un certo momento hanno iniziato a scrivere giornalmente moltissimi fotografi da tutto il mondo che ritrovavano nel magazine un valido strumento di ricerca e di lettura di quanto avviene nel mondo della fotografia contemporanea. Ad oggi, dopo venticinque numeri, dopo aver pubblicato i più importanti fotografi legati all'ambito della fotografia di paesaggio che hanno esposto nelle più importanti sedi istituzionali, accanto a loro abbiamo tenuto posto per i nomi dei talentuosi giovani emergenti che si affacciano, da qualche anno, nel mondo della fotografia. C'è sempre un accostamento fra nomi già affermati e giovani fotografici. Ad oggi Landscape stories è considerato come uno dei magazine di riferimento legati alla fotografia contemporanea e i nostri lettori sono principalmente fotografi professionisti, artisti, curatori, critici, persone che si occupano di arte contemporanea oppure semplici curiosi, lettori attenti, persone che hanno degli studi anche diversi, che hanno studiato letteratura o filosofia, architettura, urbanistica e che però ritrovano all'interno di questo magazine degli elementi di interesse. Il magazine è seguito oggi in più di 100 paesi nel mondo e in Italia siamo seguiti (secondo Google Analytics) dal 15% dei nostri lettori. Da questa analisi è evidente come siamo seguiti moltissimo in tutto il mondo. I motivi per cui siamo seguiti in tutto il mondo sono principalmente due: intanto il magazine esce sia in inglese sia in italiano, in secondo luogo perché il nostro tipo di proposta ha sempre puntato ad aprirsi sulla fotografia internazionale piuttosto che locale, quindi, abbiamo pubblicato fotografi italiani, ma anche tantissimi fotografi che arrivano da tutto il mondo.

Il riscontro più internazionale del Magazine è dato, dunque, da questa sua apertura verso fotografie di altri stati e non solamente fotografi italiani, ma provenienti da tutte le parti del mondo, soprattutto americani, ma non solo.

Pur essendo principalmente un Magazine online, tuttavia Landscape stories offre varie declinazioni che sono appunto l'editoria stampata, le mostre fotografiche e, in primis, l'organizzazione di workshop con fotografi italiani ed internazionali. Sul sito esiste proprio una sezione dedicata ai workshop<sup>105</sup>.

In passato sono nate, inoltre, delle collaborazioni con dei festival, con dei curatori e hanno sviluppato anche mostre o libri a tema.

Ormai Landscape stories è divenuto un pilastro per la fotografia e per quanto riguarda la promozione Gianpaolo dice: «non facciamo altro se non mantenere ciò che è già stato fatto perché siamo comunque conosciuti dai fotografi per cui non ci serve della pubblicità in questo senso, però in origine quando siamo nati è stato fondamentale l'utilizzo dei social network soprattutto facebook, twitter e instagram che hanno favorito molto la diffusione e la conoscenza del magazine presso il mondo degli addetti ai lavori». Una parte importante è riservata sicuramente anche al Blog che, quotidianamente, pubblica notizie dedicate a mostro, progetti editoriali, novità legate al mondo fotografico. Il Blog da solo ha più di 6 mila utenti registrati, per quanto riguarda il magazine i dati non sono precisi, ma secondo Google Analytics è intorno alle 30000 visite mensili. La newsletter conta quasi 10000 persone, la fanpage di Facebook è di quasi 18000 likes.

Le difficoltà che il Magazine ha riscontrato e che, tuttora, riscontra sono, soprattutto, economiche perché «è un progetto culturale libero, indipendente che non ha sovvenzioni da nessun ente, istituzione o dal governo e, quindi, in questo senso il lavoro di tutte le persone che collaborano alla creazione di Landscape Stories è gratuita. Le quindici persone che lavorano al Magazine lavorano tutte a titolo gratuito per favorire un progetto culturale. La difficoltà maggiore è riuscire ad avere un sostentamento economico da un progetto culturale così indipendente. A fronte di queste difficoltà ci sono tantissimi vantaggi professionali, umani e relazionali che nascono dalla possibilità

---

<sup>105</sup> L'ultimo proposto ha come titolo DOLOMITES I ed è un workshop fotografico con il fotografo americano Andrew Phelps che si è tenuto il 25,26 e 27 agosto 2017 all'Ex Villaggio ENI a Borca di Cadore (BL).

di poter aver accesso a rapporti con quelle che io considero essere delle eccellenze a livello internazionale. Per me potermi rapportare con quelli che sono stati i miei miti del passato è, in un certo senso, molto gratificante perché ho contatti giornalieri con fotografi che arrivano da tutto il mondo e la rete è lo strumento preferenziale per poter riuscire con facilità e velocità a raggiungere persone provenienti da tutto il mondo. Uno dei motivi per cui credo che Landscape Stories abbia avuto questo grande successo e questa visibilità. Con una newsletter si può arrivare a 10000 persone con un semplice invio ed è, quindi, molto facile poter raggiungere coloro che seguono il magazine e che arrivano, però, da tutto il mondo. Sono straordinarie le relazioni che si creano, con alcuni, inoltre, i rapporti si intensificano e diventano delle nuove opportunità lavorative. Molti fotografi che ho coinvolto nel magazine poi li ho coinvolti anche nei laboratori tematici soprattutto in Italia e, nello specifico, a Venezia e nelle Dolomiti. Ad oggi abbiamo fatto quasi 20 workshop e, durante i workshop, coordinando e gestendo un gruppo di fotografi che vengono da tutta europa, si creano di conseguenza delle straordinarie occasioni di scambio e di condivisione attorno alla fotografia».

Fra i futuri progetti a breve termine di Landscape stories c'è sicuramente il sito che cambierà grafica. Stanno, infatti, ridisegnando tutta la struttura e a partire dal numero 26 vi sarà uno nuovo disegno del sito e sarà più facile riuscire a fruire delle pagine del magazine anche da sistemi mobile come ipad, smartphone ecc...

Per progetti a medio termine stiamo costruendo i nuovi numeri con le interviste e le recensioni di libri e stiamo anche scrivendo un programma di workshop fino alla fine del 2017. Ci saranno circa 5/6 workshop per tutto il 2018 per fotografi professionisti, ma anche per persone con background differenti e per curiosi che desiderano avvicinarsi al mondo della fotografia con docenti noti. Si tratta, nello specifico, di workshop culturali nei quali si sviluppa una linea teorica e una parte pratica.

Parlando di fotografia, editoria indipendente e futuro, Gianpaola Arena pensa che sia «importante parlare di fotografia perché siamo in un mondo di cultura dell'immagine ed è sempre più importante saper leggere e decifrare le pagine, cosa che da noi non è per niente scontata. La fotografia in Italia vive, infatti, un ritardo di qualche decennio rispetto ad altri paesi. E questo oggi è una difficoltà perché mancano le sedi

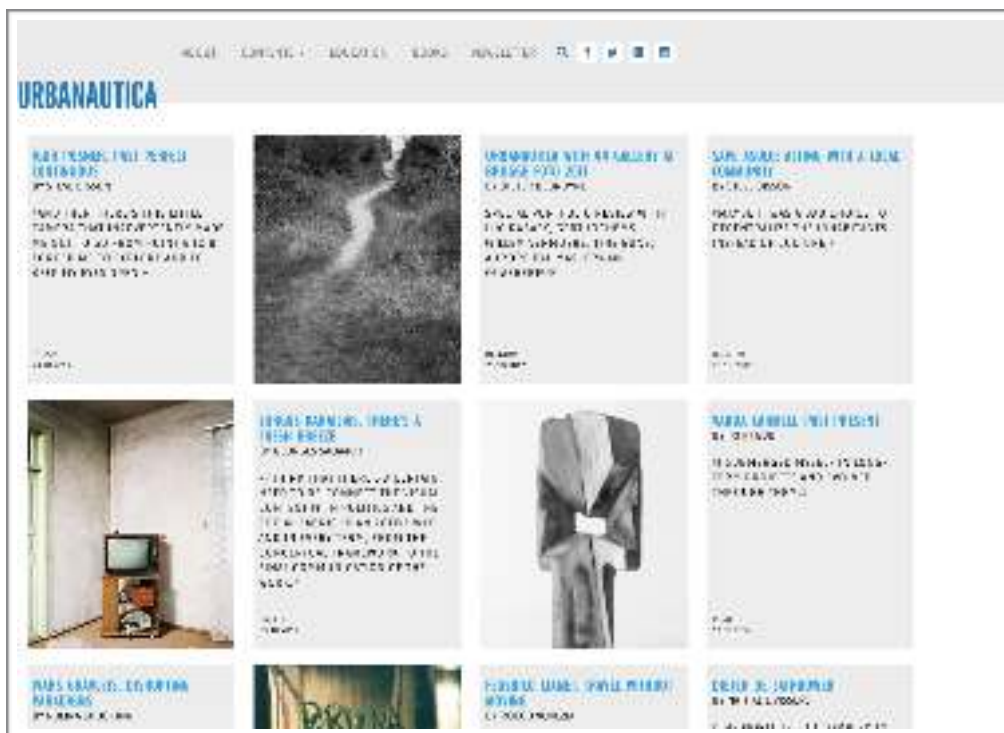
istituzionali, mancano i musei, mancano le scuole di livello e le università dedicate alla fotografia. Molti dei magazine e delle piattaforme online sono andate a colmare queste lacune, perché, per quanto mi riguarda, sono nate proprio da queste mancanze e da questa esigenza di poter lavorare sul contemporaneo. Sono delle eccezionali occasioni dal momento che permettono di muovere dibattiti e di attirare l'attenzione attorno a dei temi che sono, soprattutto, politici perché riguardano le nostre trasformazioni, quelle che il mondo contemporaneo si trova a vivere. Per me è questo quello che, maggiormente, deve fare la fotografia: riuscire ad essere interprete della contemporaneità e così il ruolo del fotografo è principalmente importante perché diventa termometro degli eventi geo politici che lo circondano. Ad un giovane che desidera avvicinarsi a questo mondo consiglieri di essere il più possibile aperto, curioso e ricettivo su quanto avviene non solo in Italia, ma, soprattutto all'estero, di poter fare delle esperienze internazionali di livello, di potersi sempre rapportare, confrontare con valide figure professionali. Questo tipo di percorso richiede anni e bisogna avere una motivazione molto forte per riuscire ad essere competitivi in un mondo così saturo di fotografi e autori».

### **2.2.2 Urbanautica**

Urbanautica<sup>106</sup> è un giornale indipendente che si occupa di antropologia visiva e di paesaggi culturali. Da origini umili ora è uno dei più importanti punti di riferimento per la fotografia contemporanea, è diffusa in quattro continenti e può contare su migliaia di seguaci. Fondato nel 2009 da Steve Bisson il team di Urbanautica può contare su una rete di moltissimi collaboratori internazionali. In questi anni il team ha consolidato un forte pensiero critico sul mondo della fotografia contemporanea e ha collaborato con le istituzioni di tutto il mondo attraverso mostre, libri, recensioni, workshop, conferenze.

---

<sup>106</sup> Sito ufficiale: URL: <http://www.urbanautica.com>.



Urbanautica è «un modo per educare lo sguardo attraverso la lettura della fotografia»<sup>107</sup> e sicuramente l'elemento chiave per il suo successo è la rete in quanto permette di esprimere a pieno il proprio talento. Indispensabile è la validità dei contenuti che si offrono e la loro selezione perché permette di orientare anche il pubblico e la tipologia di prodotto che si vuole presentare.

In un'intervista a cura di Giampaolo Arena, Steve Bisson spiega le genesi del progetto di Urbanautica e quello che per lui rappresenta la fotografia: «se devo pensare ad una genesi probabilmente devo risalire ai tanti viaggi che ho fatto da bambino sul sedile posteriore della macchina osservando fuori dal finestrino la realtà scivolare lontana. Ho vissuto in molti luoghi e quando lo fai inconsapevolmente diventi un po' antropologo. Cominci a guardare la realtà con un certo distacco, a fare confronti e a volte a giudicare. Questa tensione può costituire un limite alla propria vita, ai rapporti, all'adattamento ma può anche essere canalizzata in modo utile, come nel caso di Urbanautica. In fondo ogni forma di espressione riflette un bisogno di comunicare qualcosa. Rispetto agli esordi

<sup>107</sup> Bettini A. *Il territorio di Steve Bisson*. (18 Maggio 2010). URL: <http://www.ilmecenatedanime.it/2010/05/18/il-territorio-di-steve-bisson/>.

Urbanautica è qualcosa di più di un viaggio personale, ora coinvolge altri professionisti sia scrittori che fotografi. È una realtà in forte divenire che mira attraverso la rete e i social media a crescere le opportunità di scambio e di conoscenza senza snaturare l'identità del progetto di ricerca. Oggi sono soprattutto i fotografi a cercarci e a credere quindi nel progetto. Questo è il risultato più grande che abbiamo raggiunto [...] Se penso ad un ruolo che può avere la fotografia è quello di aiutare la civiltà contemporanea ad essere meno indifferente, a interrogarsi sul proprio habitat e sulle proprie relazioni con esso. L'uomo sembra respirare il degrado, anche estetico, senza accorgersene. Questo è un nodo essenziale dell'infelicità della nostra specie animale. Abbiamo ridotto la natura ad un'icona ma così facendo abbiamo raggiunto una condizione di disadattamento dall'ambiente a cui rinviano molti dei bisogni di "ricongiungimento" con la natura. Urbanautica si interessa di questo attraverso la fotografia»<sup>108</sup>.

Urbanautica nasce, dunque, da un'intuizione di Steve Bisson con l'obiettivo di raccogliere progetti e materiali fotografici su tematiche relative prevalentemente al paesaggio, al territorio e alla città.

Sono tematiche di cui mi occupavo già per altre mie ricerche quindi era un modo per archiviare lavori e indagini che mi stavano interessando in quel periodo. Ecco questo è stato il principio di Urbanautica. Con il tempo poi il progetto è cresciuto e ho incominciato a collaborare con altre persone, anche la redazione è cresciuta e oggi che sono ormai una decina di anni il giornale si è ricavato una posizione sempre più attrattiva ed interessante nel panorama internazionale. Questo è stato possibile anche perché abbiamo sempre investito tanto tempo nella scrittura. Ho incominciato ad archiviare materiali, a raccogliere ed intervistare le persone. Ero attratto dalla capacità della fotografia di fare sintesi anche di questioni complesse come quelle attinenti al dibattito sulle città e il paesaggio. Ancora oggi conservo questa fascinazione rispetto al potere delle immagini come forma espressiva di rappresentazione dello spazio e della relativa complessità.

Oggi Urbanautica è solo una delle attività che fanno a capo a Urbanautica Institute ed «il giornale è quello che facciamo insieme a mostre, libri e ricerca. Possiamo dire che il giornale era il nostro strumento principale di comunicazione, poi abbiamo le ricerche che sviluppiamo o in maniera indipendente oppure in collaborazione con istituti di vario

---

<sup>108</sup> Arena G. "Urbanautica" intervista a Steve Bisson. URL: <http://www.landscapestories.net/interviews/steve-bisson?lang=it>.

genere in Italia come all'estero, abbiamo poi il mondo dell'editoria dove affianchiamo alla collaborazione con l'Artiere Edizioni una nostra attività diretta di produzione e di distribuzione e le mostre che ogni tanto curiamo in modo indipendente, altre volte con delle collaborazioni».

### **2.3 Il mondo delle fiere e dei festival**

La distribuzione è uno degli elementi cardine per quanto riguarda l'editoria fotografica indipendente.

Nel mondo delle fiere e dei festival il prodotto cartaceo dell'editoria indipendente e i progetti realizzati dal mondo della rete trovano un canale di promozione e distribuzione non trascurabile.

Il contatto diretto che nasce durante le fiere e la conseguente fidelizzazione del cliente sono, infatti, gli aspetti che fanno di queste manifestazioni gli ambienti privilegiati per la distribuzione e promozione del prodotto.

In Italia, dove le micro editorie stanno crescendo esponenzialmente, stanno venendo alla luce numerose manifestazioni che puntano ad unire l'editoria alla fotografia e a dare alla fotografia contemporanea un'impronta internazionale così da trasmettere un respiro aperto, libero e indipendente. Questi momenti rappresentano la possibilità di condivisione ed incontri per artisti, editori, curatori, fotografi, appassionati, e permettono di capire l'evoluzione del fenomeno e anche la direzione che sta cercando di assumere.

In Italia i festival e le fiere sulla fotografia contemporanea e sull'editoria indipendente sono veramente molteplici.

Basti pensare a *Book Pride* a Milano, la fiera nazionale dell'editoria indipendente allestita negli spazi del Mudec e della Base che, nel 2016, ha accolto 30 mila visitatori; al *SI FEST, Savignano immagini*, uno dei più importanti ed antichi eventi dedicati alla fotografia e all'immagine in una dimensione nazionale ed europea, che negli ultimi anni si è aperto ad accogliere una sezione sulla fotografia giovane ed indipendente coinvolgendo artisti nuovi; ancora il festival di fotografia contemporanea *Diecixdieci*



nell'ex Convento di Santa Maria organizzato, con il patrocinio del Comune di Gonzaga, dall'omonimo collettivo e dall'associazione culturale l'officina delle immagini, dal 2015 si occupa di dare voce alla fotografia contemporanea tramite autori emergenti. Molte realtà e progetti vengono presentati anche in festival non necessariamente legati alla fotografia: un esempio potrebbe essere la presentazione del progetto CALAMITA/À durante il Festival di Internazionale a Ferrara il 29 e 30 settembre 2017.

In Italia questo tipo di manifestazioni sono veramente tantissime poiché in questo momento è privilegiato proprio il contatto diretto con il pubblico e le piccole realtà riescono a partecipare e farsi conoscere.

In questo paragrafo verranno, nello specifico, presentate tre realtà nel panorama italiano interessanti perché direttamente connesse all'editoria fotografica indipendente e perché, soprattutto, legate alle realtà descritte nel paragrafo *Il mondo della carta*. Oltre a *Arte Fiera 2017* e allo spazio dedicato all'indipendente e alla fiera di Ravenna *Fahrenheit 39*, l'attenzione verrà posta sul festival del fotolibro *Gazebook* poiché esso rappresenta un punto interessante di riflessione sul futuro di questo mondo di nicchia indipendente.

### **2.3.1 *Gazebook: Sicily Photobook Festival***

Nel 2015 a Punta Secca, un piccolo borgo marino in provincia di Ragusa, sotto stimoli dati dall'ambiente internazionale, si è inaugurato il *Gazebook: Sicily Photobook Festival*.



L'evento culturale è stato ideato da Melissa Carnemolla, Teresa Bellina e Simone Sapienza e ha come obiettivo la promozione della fotografia con un'attenzione particolare sul Fotolibro. Il nome *Gazebook* è stato scelto per diversi motivi: da una parte questo festival si svolge interamente all'esterno poiché Punta Secca non dispone di luoghi pubblici al chiuso e, quindi, si ricorre all'ausilio di gazebo per creare delle zone di ombra. Da questa necessità è nata la crasi fra gazebo e libro, book, quindi Gazebook; dall'altra rimanda al termine inglese *gaze* che significa “svolgere lo sguardo a...”, svolgere lo sguardo al libro in questo caso.

In queste giornate, che quest'anno per la terza edizione del festival saranno, dall'8 al 10 settembre 2017, e ha come tema *Visual communication in uncertainty and Chaos*, si ha l'occasione di incontrare ed interagire con elementi di spicco del panorama nazionale ed internazionale in ambito fotografico ed editoriale come, per esempio, Martin Parr, fotografo Magnum ed oggi uno dei maggiori punti di riferimento per quanto riguarda la fotografia documentaria e il mondo del fotolibro. Ospiti di quest'anno saranno: Jason Fulford, Mathieu Asselin, Moises Saman, Giancarlo Ceraudo, Daria Birang, Colin Pantall e Federica Chiocchetti.

Presentazioni editoriali, talk, proiezioni, seminari, confronti portfolio, mostre fotografiche, workshop, costituiscono il cuore di Gazebook in un ambiente informale, gioviale e professionale nel cuore del Mediterraneo.<sup>109</sup>

Questo offre il programma organizzato da Melissa Carnemolla e Teresa Bellina e, quest'anno sotto la Direzione Artistica di Lina Pallotta. Quello che rende questi festival anche luogo di incontri è il fatto di inserire un elemento culturale all'interno di un contesto festoso e amicale capace di creare legami, creare un vero e proprio nucleo di persone che inseguono gli stessi interessi e che hanno scelto di inseguire la stessa vita dediti alla fotografia in tutte le sue forme.

---

<sup>109</sup> Sito ufficiale: URL: <http://gazebook.it/>.

Metti insieme la fotografia, la Sicilia di Montalbano e il cielo settembrino: ecco Gazebook, il primo festival internazionale dedicato al fotolibro che dall'8 al 10 settembre, per la terza edizione, invaderà le spiagge e le piazze di Punta Secca (lì dove abita il mitico commissario di Camilleri), nel ragusano. Peculiarità del festival - nato da un'idea di Teresa Bellina, Melissa Carnemolla e Simone Sapienza e diretto, quest'anno da Lina Pallotta - sono gli incontri con i fotografi, curatori e piccoli e grandi editori: protagonista è il libro fatto solo di immagini e i fatti raccontati dietro l'obiettivo.<sup>110</sup>

La scelta di creare questo evento in Sicilia non è stata casuale: la Sicilia, infatti, offre poco dal punto di vista fotografico. Non esiste una scuola di un'importanza rilevante legata al mondo della fotografia e, quindi, l'idea era quella di creare un evento che portasse in Sicilia la fotografia europea del momento. Ed è proprio cavalcando la nuova fotografia europea che i tre giovani ideatori hanno creato un festival attingendo un po' da tutti i fotografi e le situazioni che al momento in Europa sono più rilevanti insistendo ed, in particolare, dando spazio ad un *topic* sul fotolibro.

Coinvolgere la popolazione locale è, infatti, un elemento fondamentale ed estremamente importante perché, come scrive Simone Sapienza, è entusiasmante attirare un pubblico locale e metterlo in contatto con le nuove realtà fotografiche europee e mondiali. *Gazebook* si pone come obiettivo quello di ampliare i confini del fotolibro oltre la nicchia e l'élite, verso un pubblico locale nuovo, più globale e totalizzante.

Personalmente, credo che ogni rassegna abbia (o debba avere) la sua forza nel pubblico locale. È veramente emozionante e soddisfacente che tante – o anche poche – persone si mettano in viaggio per partecipare a un festival, ma trovo ancora più forza e senso di compiutezza nel vedere che gli abitanti, a chilometro zero, di una specifica località possano conoscere delle fette di mondo, idee, persone, che – per loro, sì – sono del tutto nuove. La voluta scelta di Punta Secca, inoltre, ha permesso oltre alla vicinanza del mare anche di sfumare la fama acquistata da questa località grazie alla serie televisiva Montalbano e, quindi ha permesso una maggiore promozione del luogo e dell'evento stesso.<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> *Gazebook fa vivere la fotografia nei luoghi di Montalbano*. URL: [http://www.huffingtonpost.it/2017/07/11/gazebook-fa-vivere-la-fotografia-nei-luoghi-di-montalbano\\_a\\_23016852/](http://www.huffingtonpost.it/2017/07/11/gazebook-fa-vivere-la-fotografia-nei-luoghi-di-montalbano_a_23016852/).

<sup>111</sup> Sapienza S. *Troppi fotografi, troppi festival, troppi fotolibri*. URL: <http://www.shotsandmurmurs.com/it/troppi-fotografi-troppi-festival-troppi-fotolibri/>.

Il Festival è nato con l'idea di facilitare gli incontri, gli scambi di opinioni di lavori realizzati.

No doubt most of those coming to the festival are young photographers looking for new inputs, new ideas and a chance to touch and interact with a world that until recently seems very distant from us. The festival has given many people the opportunity to finally confront themselves with European and international photography landscape in person.<sup>112</sup>

Le attività del bookshop e le esposizioni sono allietate da iniziative divertenti come uno *speaker's corner market* che consiste in un tavolo condiviso e indipendente dove i vari autori potranno mettere in mostra il proprio fotolibro cogliendo l'occasione per discuterne con il pubblico del festival; vi è, inoltre, possibilità di noleggiare un gazebo per le case editrici e stand con limonata fresca.



113

---

<sup>112</sup> Jackson A. *Gazebook Festival Preview*. (8 Agosto 2017) URL: <http://www.bjp-online.com/2017/08/gazebook-festival-preview>.

<sup>113</sup> Parlando di *editing for magazines* con Tiziana Faraoni (Picture Editor L'Espresso), Manila Camarini (Picture Editor D - La Repubblica), Daniele Zendroni (Graphic Designer L'Espresso), con Maurizio Garofalo. Foto presa da URL: [https://www.facebook.com/photo\\_gazebook/photos/a.640393676102741.1073741834.564410807034362/640394226102686/?type=3&theater](https://www.facebook.com/photo_gazebook/photos/a.640393676102741.1073741834.564410807034362/640394226102686/?type=3&theater).

L'evento ospita, come osservato, uno spazio per il dibattito e per una riflessione sul mestiere del fotografo nel mondo contemporaneo, sui problemi etici legati al cosa fotografare e al quando fermarsi. Il tipo di fotografia che coinvolge in questo momento il fotolibro è di tipo documentario e, quindi, discutere sull'eticità o meno dell'immagine è fondamentale.

Il fotolibro è protagonista di questo festival e, come spiega la fotografa Melissa Carnemolla, se con l'avvento dell'era digitale l'editoria in generale ha avuto dei cambiamenti, nella fotografia, invece, il fotolibro è rimasto, comunque, un punto di riferimento molto importante e sta subendo un'era d'oro.

The photo book tradition is very important in photography, and photographs are very much at home in the book format [...] We believe that photo books are not just a collection of images, but, through the editing and sequencing of images, layers of meaning and questions are added to the stories and to aid understanding of it.<sup>114</sup>

Per fotolibro, dunque, non si intende più, infatti, solo un catalogo, una raccolta di foto d'autore, ma bensì una narrazione di immagini che « viene poi intensificata dalla tattilità della carta, dalle nuove tecniche di rilegatura, oppure nell'intervento, produzione di un libro, di figure professionali come il *Photo editor*, oppure il *graphic designer* ». <sup>115</sup>

L'era digitale sta spingendo ad un interesse sul fotolibro anche grazie a queste campagne di *crowdfunding* che permettono ad ognuno di essere *publisher* di se stesso. Secondo la fotografa ideatrice del festival questo potrebbe portare ad una saturazione ed è per questo che a *Gazebook* si cercano di definire e stabilire dei punti importanti di questo processo in evoluzione.

Partendo da frasi comuni come “troppi fotografi, troppi festival, troppi fotolibri” è necessario, infatti, secondo Simone Sapienza, uno dei creatori del Festival, saper «sfruttare il “troppo” come stimolo e domanda critica, riflessiva e costruttiva. [...] Il “troppo” è solo statistico e la selezione naturale darwiniana farà il suo corso: l'asticella

---

<sup>114</sup> Jackson A. *Gazebook Festival Preview*. (8 Agosto 2017) URL: <http://www.bjp-online.com/2017/08/gazebook-festival-preview>.

<sup>115</sup> *Presentazione Gazebook: TgCom24*. URL: <https://www.facebook.com/photogazebook/>.

è sempre più alta e la frequenza di taglio continuamente determinata da quanto noi stessi vorremo e sapremo rapportarci con la società in cui viviamo ».<sup>116</sup>

Gazebook ha assunto importanza internazionale, tanto che la sua “Best Lists of Photobook 2016” è stata menzionata in un articolo di Rémi Coignet su Le Monde’s Blog “Des Lives et des Photos”.

À tel point que l’on ne s’y retrouve plus. Cette année voit donc apparaître une délicieuse incongruité: la liste des meilleures listes de meilleurs livres! Cette initiative est due à Gazebook: Sicily Photobook Festival.

Dans un Internet saturé de listes, nous voici contraint a déléguer le choix à des nominateurs. D’ailleurs parmi les faiseurs de listes nominés par Gazebook sur sa page Facebook, il en est quelques-uns dont je n’ai jamais entendu parler.<sup>117</sup>

Per la promozione di questo evento i social sono stati fondamentali e usati in modo molto forte e sapiente grazie all’aiuto di un comitato scientifico composto da Maurizio Garofalo, Lina Pallotta, Chiara Oggioni Tiepolo e Colin Pantall.

Gazebook nasce e ha successo proprio grazie alla comunicazione sui social media, diventato il modo principale per documentare un festival e arrivare alle persone. Tra l’altro è uno strumento che, se si utilizza bene, può essere utile sia in ambito organizzativo che sociale per creare contatti, per diffondere i propri progetti, le mostre, fare rete tra i festival stessi.<sup>118</sup>

In occasione della prima edizione è stata proprio creata una campagna di volantaggio social che ritrae *selfie*, foto di animali e persone con cartelli che invitano ad assistere al festival.

---

<sup>116</sup> Sapienza S. *Troppi fotografi, troppi festival, troppi fotolibri*. URL:<http://www.shotsandmurmurs.com/it/troppi-fotografi-troppi-festival-troppi-fotolibri/>.

<sup>117</sup> Coignet R. *Des livres et des photos, à propos des listes*. URL:<http://deslivresetdesphotos.blog.lemonde.fr/2017/01/04/a-propos-des-listes/>.

<sup>118</sup> Intervista a Simone Sapienza in *Festival del Fotolibro a Punta Secca: Gazebook 2016*. URL: <http://www.cinisionline.it/2016/09/16/festival-del-fotolibro-a-punta-secca-gazebook-2016/24601>.



119

Supportato da privati che investono in questo evento, il festival di Gazebook è davvero un'interessante finestra sulla spinta e l'originalità delle idee che nascono da un incontro con la fotografia. Novità, promozione di artisti emergenti, musica, aperitivi, il mare e il sapore del Sud, sono la cornice perfetta per questa realtà italiana che si sta facendo largo sfruttando in modo sapiente il web e i social, ma soprattutto grazie al lavoro dei tre giovani organizzatori e ideatori che riescono, saggiamente, a rendere realizzabili e attrattive le loro idee.

La passione e la tenacia impiegate in questo evento rimandano come suggestione ad una frase di Jason Fulford, ospite della terza edizione del festival, che ammonisce i fotografi con queste parole: « Rendete unica la vostra vita (e il vostro lavoro). Aveva ragione Goethe. Scrivere è riprodurre il mondo attorno a noi mediandolo attraverso il mondo che c'è in noi ».<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup> Foto di Valero Perez, URL:<https://www.facebook.com/photogazebook/photos/a.591163757692400.1073741828.564410807034362/633567980118644/?type=3&theater>.

<sup>120</sup> De Santis S. *A Gazebook un workshop con Jason Fulford: "Ai giovani dico, rendete unica la vostra vita (e il vostro lavoro)"*. URL: [http://www.huffingtonpost.it/2017/07/25/a-gazebook-un-workshop-con-jason-fulford-ai-giovani-dico-rend\\_a\\_23046505/](http://www.huffingtonpost.it/2017/07/25/a-gazebook-un-workshop-con-jason-fulford-ai-giovani-dico-rend_a_23046505/).

Per me il festival è un modo per fare fotografia, mandi un messaggio attraverso la scelta degli autori, dei contenuti. E' un modo diverso per comunicare qualcosa. Parte dei contenuti del festival rispecchia questa concezione: un fotografo che utilizza immagini d'archivio o altri elementi per un progetto, anche se non sono immagini realizzate dal fotografo in prima persona, simboleggiano questo modo di raccontare una storia attraverso altri mezzi. Quindi fare il fotografo, per me, non vuol dire solamente scattare immagini ma vuol dire anche organizzare un festival, organizzare una mostra e scrivere di fotografia.<sup>121</sup>

Nelle parole di Simone Sapienza si può riscontare il senso e la direzione che questo Festival intende seguire. In esso è racchiuso il senso di attrarre giovani fotografi, legati al territorio e al fotolibro come voce della narrazione fotografica, così da creare uno stimolo per confrontarsi, crescere ed evolvere nel mondo moderno. Come, infatti, spiega Bellina in un'intervista sul *British Journal of Photography* «the festival can never have a definite shape, because it is constantly growing [...] that's what we want and always thought of: an eternal construction site that has the potential to become an unexpected story».<sup>122</sup>

Crescita, evoluzione, trasformazione ed incognito: questo è *Gazebook*.

### 2.3.2 Arte Fiera a Bologna

Arte Fiera<sup>123</sup> è una fiera internazionale d'arte contemporanea nata nel 1974. L'edizione del 2017 è stata la 41esima e si è conclusa con 48mila visitatori sotto la nuova direzione di Angela Vettese. 178 espositori totali, 153 gallerie e la volontà di aiutare l'Italia a fare uscire l'arte da quella che è una nicchia. Il nostro paese ha, infatti, a detta di Angela Vettese, investito poco in cultura contemporanea e la volontà della nuova direzione è proprio quella di dare un più ampio e specifico respiro al mondo contemporaneo, offrire una centralità a tutti i linguaggi e le proposte. Le Gallerie sono state sfoltite e vi è stata una fusione fra moderno e contemporaneo così da rendere l'ambiente più simile ad un museo, anche se nei musei c'è, ovviamente, più spazio percettivo.

---

<sup>121</sup> *Come to Gazebook 2015*. URL: <http://www.cinisionline.it/2015/08/14/come-to-gazebook-2015/16792>.

<sup>122</sup> Jackson A. *Gazebook Festival Preview*. (8 Agosto 2017) URL: <http://www.bjp-online.com/2017/08/gazebook-festival-preview>.

<sup>123</sup> Sito ufficiale: URL: <http://www.artefiera.it/home/776.html>.





Quello che di Arte Fiera interessa evidenziare nella presente tesi è lo spazio dedicato alla fotografia e, nello specifico, al mondo indipendente ed underground.

Nella 41esima edizione, infatti, questo spazio dedicato è maggiore, con mostre specifiche ed un ciclo di incontri e conferenze che pongono a confronto fotografi, galleristi ed editori. Questo è di rilevanza perché mette in luce come anche questo mercato di nicchia stia entrando a far parte del mondo dell'arte contemporaneo.

Negli ultimi anni diversi eventi culturali hanno accompagnato la costituzione, a volte spontanea, di festival e mercati dedicati all'editoria indipendente, che hanno generato un notevole dibattito e rappresentano un'alternativa alla distribuzione tradizionale del libro. Editoria indipendente e libro d'artista sono un'occasione rinnovata di scambio culturale e di costruzione di un progetto culturale.<sup>124</sup>

Il mondo indipendente nella fiera è stato organizzato in tre eventi.

---

<sup>124</sup> URL: <http://www.artefiera.it/eventi/eventi-in-fiera/le-mostre/7057.html>.

Il primo che prenderemo in esame è *Genda Magazine, Il corpo come imballaggio/The Body as Packing* un progetto editoriale indipendente a cura di Stefano Graziani, Amedeo Martegani, Andrea Pertoideo e dedicato all'idea estrema di corpo usato come materiale da costruzione privo di valenza sessuale, morale, sociale. La rivista *Genda* è una rivista indipendente a cui fa capo una doppia redazione cinese e italiana, ed è edita da A+Mbookstore di Milano. Sulla dualità fra occidente ed oriente è proprio centrata la tematica del primo numero di *Genda* ed i materiali che hanno portato alla nascita della rivista sono, sotto forma di *affinché*, stati esposti.



125

La seconda mostra fotografica di Arte Fiera 2017 è *Agenda Independent* a cura di Benedetta Pomini, progetto grafico di Teresa Piardi, allestimento di Matilde Cassani, coordinamento di Silvia Ponzoni e Alberto Sinigaglia. La mostra nasce dall'incontro fra alcune gallerie nazionali ed internazionali che hanno ritrovato nella sensibile attenzione alla fotografia un punto in comune.

---

<sup>125</sup> I producer di *Genda Magazine* durante uno dei *Talk* di Arte Fiera 2017, foto presa dal sito ufficiale, URL: <http://www.artefiera.it/media/photogallery/genda-magazine-producers/7070.html>

Capsule, Colli Independent, G/P Gallery, Madragoa, Materia, Metronom, Pedro Alfacinha e Viasaterna, sono state invitate a prendere parte ad una mostra che da un lato si pone come una vera e propria ricognizione volta ad indagare le sempre più frequenti contaminazioni tra la fotografia e gli altri linguaggi dell'arte, e dall'altro mira a rendere prova della positiva frammentazione di uno scenario decisamente unico.<sup>126</sup>

L'esposizione presenta in rassegna le opere di Franco Ariaudo, Alessandro Calabrese, Stefano Canto, Feng Chen, Kenta Kobayashi, Giuseppe De Mattia, Pedro Hernandez, Joanna Piotrowska, e Alberto Sinigaglia.

Alle due mostre sperimentali si affiancano *Printville*, il bookshop curato da A +Mbookstore e Humboldt che propone libri rari, da collezione e da consultare accanto ai classici cataloghi, e *Talk* uno spazio destinato agli incontri con le proposte editoriali più interessanti del momento.

Tra le case editrici presenti, spesso indipendenti e di piccole dimensioni, numerose sono quelle specializzate nella produzione di libri fotografici come CESURA PUBLISH, RORHOF, blisterZine, Discipula Editions, MACK e Spector Books, per citarne alcune ben note ai frequentatori di festival di fotografia nazionali ed internazionali.<sup>127</sup>

Interessante, quindi, come in un luogo d'incontro classico sull'arte contemporanea si sia ritagliato uno spazio anche per il mondo indipendente conforme ad alcune caratteristiche che non sempre sono considerate quando si parla di arte contemporanea e di fotografia.

Anche in giro per la città di Bologna che ospita la fiera, la fotografia ha assunto un ruolo da protagonista con *FRUITography* un progetto nato in collaborazione con Fotografia Europea e Unseen, che all'interno di *FRUIT*<sup>128</sup> «offre l'opportunità di mostrare i propri progetti fotografici a esperti editori e photo editor, di prendere parte ad un workshop di Visual Storytelling con Bruno Ceschel, fondatore della celebre casa editrice Self

---

<sup>126</sup> idem.

<sup>127</sup> Marani F. *Photography @ArteFiera 2017*. URL: <http://www.vogue.it/fotografia/news/2017/01/27/eventi-fotografia-arte-fiera-bologna-2017/>.

<sup>128</sup> Fiera/festival dedicata alle pubblicazioni indipendenti, alla stampa tradizionale, alle nuove forme di editoria digitale.

Publish, Be Happy, oppure di assistere a tre conferenze, curate dall'artista Eva Frappicini, sul tema della fotografia d'arte e delle nuove piattaforme della cultura visiva contemporanea»<sup>129</sup>.

Interessante per arrivare a comprendere la direzione che sta prendendo l'editoria indipendente l'esposizione del libro dei vincitori di *Unseen Dummy Award* e l'installazione *Immerefugee-The House*.

La casa editrice indipendente Skinnerboox ha, per quanto riguarda l'*arte market*, presentato il nuovo *photogame* di Federico Carpani e Cecilia Verilli dal titolo *1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002*. Lo Spazio Labò ha ospitato la mostra *Image par images*.

La 42esima edizione di ArteFiera<sup>130</sup> ha avuto luogo dal 2 al 5 febbraio 2018 e ha consolidato la figura curatoriale di Angela Vettese. ArteFiera 2018 ha, inoltre, mantenuto la linea del 2017 dando, nel complesso, un'ottima posizione al mondo dell'editoria e delle realtà fotografiche editoriali indipendenti. L'area *printville*, nello specifico, ha accolto con successo i visitatori grazie all'editoria indipendente, ma anche a ceramiche, stampe e opere multiple. Anche la fiera del libro d'arte indipendente, ospitata nello stesso periodo a Palazzo Re Enzo, *Fruitexhibition*, ha attirato moltissimi appassionati e curiosi visitatori. Quest'anno, inoltre, nello spazio d'incontro e conoscenza, *Printville*, ha partecipato anche la libreria *Leporello*, di cui abbiamo già precedentemente parlato.

In seguito verranno proposte alcune fotografie scattate durante ArteFiera 2018 che mostrano nello specifico lo spazio dedicato a *Printville* e al mondo dell'editoria indipendente:

---

<sup>129</sup> idem.

<sup>130</sup> si è conclusa con un bilancio in aumento. 48000 visitatori, 182 espositori, 152 gallerie.











### 2.3.3 Fahrenheit 39 a Ravenna

Fahrenheit 39<sup>131</sup> è stato il primo festival in Italia ad occuparsi di graphic design e dell'editoria contemporanea. Nel 2017, alla settima edizione, è diventato un punto di riferimento anche in Europa. Nelle giornate dell'evento vengono esposti i libri d'artista e i risultati dell'editoria indipendente italiana.



132

L'attenzione viene posta sull'innovazione e sulla ricerca ed è per questo che il festival risulta interessante per analizzare il panorama indipendente italiano. Il libro è un oggetto da toccare e a Ravenna in queste giornate si riesce a dare spazio, un respiro internazionale, ad un mercato parallelo a quello tradizionale. La manifestazione è organizzata dall'associazione Strativari di Ravenna composta da Alessandra Carini, Emilio Macchi, Federico Bocchini e Stefano Terigi.

---

<sup>131</sup> Sito ufficiale: URL: <http://www.fahrenheit39.com>.

<sup>132</sup> Foto presa dalla pagina Instagram ufficiale.

L'idea iniziale era creare una fiera dell'editoria indipendente incentrata sugli indipendenti assoluti, quelli che rifiutavano le logiche della grande distribuzione. Quest'anno abbiamo allargato all'ambito della ricerca del design, ci siamo concentrati sul libro nelle sue sfaccettature, su come viene prodotto, pensato, progettato.<sup>133</sup>

Fin dalla prima edizione questa manifestazione si fa portavoce di quella che è la creatività dell'uomo e nella sua relazione con la carta e con la pagina. La settima edizione è dedicata al rapporto che intercorre fra l'editoria e le pratiche performative. L'attenzione principale viene rivolta al panorama italiano e alle molte realtà fotografiche indipendenti vi partecipano come, ad esempio, l'Artiere Edizioni. Questo festival rappresenta un unicum per quanto riguarda l'aspetto della grafica e del design, un elemento indispensabile per la realizzazione di un ottimo progetto editoriale fotografico e non.

---

<sup>133</sup> RAVENNA | *Il festival Fahrenheit 39 all'Almagià da venerdì 8 a domenica 10*. URL: <http://www.settesere.it/it/n2029-ravenna-il-festival-fahrenheit-39-allalmagia-da-venerda-8-a-domenica-10.php>.

---

## Capitolo terzo

---

### DISCUSSIONE ED ANALISI DELLE RICERCHE EFFETTUATE

*La fotografia ha delle caratteristiche che sono fatte di inchiostri, di carte, di stampa, di odori. Sul digitale trovi un'immagine, ma la fotografia è altro.<sup>134</sup>*

Questo capitolo vuole essere un momento di riflessione e di analisi delle ricerche effettuate, nei capitoli precedenti, sulle realtà editoriali indipendenti italiane in ambito fotografico.

Studiando i vantaggi e le criticità riscontrate dalla panoramica proposta, l'obiettivo sarà quello di ricostruire una mappatura di considerazioni finali che permettano di portare ad ipotizzare soluzioni possibili per il futuro di questo tipo di editoria. Per rafforzare i contenuti, verranno prese in esame, anche, le testimonianze di Flavio Franzoni, uno dei fondatori di Micamera, di Chiara Capodici, della libreria Leporello, e di Steve Bisson, fondatore di Urbanautica e di Urbanautica Institute, oltre a tutti i casi già proposti nel secondo capitolo.

Essere proiettati in questa realtà di nicchia, ma che insegue la volontà di resistere, permette di comprendere tanti aspetti del mondo culturale ed artistico italiano ed internazionale a volte nascosti. Capire l'importanza del libro fotografico indipendente, come opera e non come catalogo, avvicina alla sua preziosità. Una volta entrati all'interno di questa rete di persone, di idee, di libri e carta è, infatti, difficile non essere influenzati e attratti dal loro colore perché, come dice Chiara Capodici, «la fotografia non si può rinchiudere a chiave dentro una scatola, ma ha bisogno di viaggiare e di interagire con altre forme d'arte».

---

<sup>134</sup> Intervista a Flavio Franzoni di Micamera

### **3.1 Una panoramica complessa**

Il mondo delle realtà fotografiche indipendenti è apparso, dall'analisi effettuata, come una rete costellata da molteplici e complesse strutture che cercano di affermare la loro singolarità e lavorano, con passione, alla realizzazione di libri fotografici. Tante piccole case editrici indipendenti, con progetti eterogenei, hanno iniziato a nascere in Italia, dal grande boom del 2010/2011. Molti singoli fotografi hanno, grazie alle nuove tecnologie e ai bassi costi, iniziato a diventare *selfpublisher*. Vi è stata una crescita delle librerie specializzate itineranti, dei festival e delle fiere del libro. Il panorama italiano risulta, così, un insieme variegato di idee e di gente appassionata che fa libri perché ora è facile e perché crede fermamente nel loro valore e nella loro potenza. Non imprenditori, dunque, ma artigiani del libro e della fotografia. La mentalità italiana del piccolo come qualcosa di prezioso si è sposata alla perfezione con queste microeditorie indipendenti che, per la maggior parte, non seguono un assetto aziendale, ma sono gruppi di persone unite dalla volontà di creare e di trasformare in qualcosa di concreto le proprie passioni ed idee. Questa situazione ha portato, ad oggi, alcuni aspetti positivi, ma altrettante criticità che potrebbero finire per cristallizzare queste realtà e impedire loro uno sviluppo a lungo termine nel mercato e, soprattutto, potrebbero rendere impossibile la capacità di autosostenersi economicamente.

#### **3.1.1 I vantaggi e le criticità delle realtà editoriali fotografiche indipendenti in Italia**

Le interviste effettuate, lo studio dei casi e del materiale ricercato, hanno permesso di arrivare a delineare alcuni elementi positivi e specifici dell'editoria fotografica indipendente in Italia, ma anche alcune situazioni che potrebbero portare ad una crisi e a criticità rilevanti per questo settore. Quest'analisi permette, inoltre, di tracciare una mappa della situazione in Italia che si può estendere al mondo dell'arte in senso più generale.

Osservando la distribuzione di queste realtà, come affrontato nel secondo capitolo, fra il "mondo della carta", dell'editoria indipendente, e quello del "mondo della rete", delle

piattaforme sul web, si può intuire quella che, al momento, è la direzione presa dall'Italia, in linea con la sua mentalità.

Nella seguente tabella è possibile osservare con maggior chiarezza quando affermato:

**Realtà indipendenti italiane intervistate:**

<b>Mondo della carta</b>	<b>Mondo della rete</b>
L'Artiere Edizioni	Landscape stories
Witty Kiwi	Urbanautica
Skinnerboox	
Humboldt	
Discipula Editions	
Rorhof	
Il Progetto CALAMITA/À	
Le Edizioni Labò	
Urbanautica Institute	

Nel panorama italiano vi sono, dunque, tantissime piccole case editrici indipendenti, o realtà ibride come Spazio Labò, che fanno della versione stampata, in tiratura limitatissima, il loro obiettivo primario. Nel mondo della rete, al contrario, si sono sviluppati ed affermati solamente due grandi giornali indipendenti, riconoscibili e famosi a livello internazionale. A chiarire questa scelta formale, è proprio Steve Bisson, fondatore di Urbanautica e Urbanautica Institute, che spiega come il web sia un terreno talmente vasto che «ci sarebbe da parlare di una pluralità di realtà. In ambito italiano, però, si apre una galassia di tanti, tantissimi piccoli blog amatoriali, ma niente di rilevante a parte Landscape stories e Urbanautica. Questo perché è estremamente più faticoso gestire un giornale online poiché richiede una redazione di persone, riunioni, programmazioni mensili e un costante controllo. Gli editori indipendenti sono, nella maggior parte dei casi, persone singole, mentre un giornale richiede uno sforzo di

gruppo. Sono persone illuminate che producono libri e progetti editoriali decisamente validi e belli, ma destinati a rimanere molto piccoli proprio perché non sono imprenditori. Realtà come Urbanautica, ad esempio, richiedono anni per affermarsi».

Il fatto che il mondo della rete, considerando solamente le realtà affermate anche a livello internazionale, sia così poco esplorato dai giovani indipendenti rispetto, invece, al mondo dell'autoproduzione, rispecchia chiaramente una presa di posizione, una ricerca di singolarità.

Insistere sulla preziosità del contenuto e del contenitore libro, a livello artigianale, è, sicuramente, un pregio, ma potrebbe, in futuro rendere difficoltoso, per queste microeditorie indipendenti, l'automantenersi. In vista di una sovrapproduzione, quasi bulimica, di libri di fotografia indipendenti, il mercato rischia, infatti, di diventare saturo.

Flavio Franzoni specifica, inoltre, che «oggi è difficile fare un libro brutto e, perché succeda, bisogna veramente essere fuori dalle dinamiche editoriali. Un libro di fotografia non è solamente un contenitore, non basta solo mettere le foto in un contenitore, quello sarebbe un catalogo. Un libro di fotografia è un'opera d'arte. Ci sono una gamma di libri fotografici indipendenti che vanno dall'interessante all'estremamente bello».

Il fenomeno dell'editoria fotografica indipendente non svanirà, certo, di fronte a questa sovrapproduzione, ma ci sarà un effetto quasi darwiniano che, tramite una selezione naturale, fagociterà quei lavori e quei libri che non rappresentano niente di eccezionale nel panorama indipendente. Non basta, dunque, solo fare un libro, ma bisogna essere in grado di trasformare un'idea originale ed identificativa in un'opera su carta chiamata libro. Questo lavoro, per quanto grazie alle nuove tecnologie sia alla portata di molte più persone, richiede, comunque, uno sforzo sia fisico e mentale sia economico e logistico.

La maggior parte degli editori intervistati non svolge questo lavoro come occupazione primaria, di sostentamento, ma, al contrario, come pura passione. Spesso, con i soldi vinti da un premio, si riesce a produrre un altro libro, oppure si investe il capitale guadagnato da un'altra entrata. Questa situazione può essere valida solo fino a quando

la si gestisce come un hobby e una passione, ma non è più affrontabile se la si vuole far crescere e far diventare indipendente anche dal punto di vista economico. Il bilancio delle entrate e delle uscite deve portare ad un guadagno e non può bastare il pareggio se si vuole rendere primaria questo tipo di attività. È, proprio, in questa intricata situazione che risiede una delle massime criticità del fenomeno in esame. Oggi, escono dal calderone del mondo indipendente così tanti libri fotografici da rendere, veramente, necessario che quelle realtà, più originali e ricche d'identità, si facciano largo per affermarsi e che riescano a creare una situazione di stabilità capace di far diventare anche il loro lavoro più sereno. Non si deve vivere nell'ansia di dover per forza pubblicare. A volte un editore dovrebbe fermarsi e osservare il mercato, così da selezionare il momento opportuno per far uscire un nuovo libro.

«Oggi» racconta Steve Bisson, «c'è una grande ansia di prestazione, crescente nel panorama della fotografia degli autori, che, a volte, fa riflettere. In realtà, bisognerebbe cercare di uscire dalla nicchia, ma l'editoria indipendente non riuscirà mai ad entrare nel circuito. Servono tirature enormi e costi di logistica elevati che, al momento, non sono possibili. Osservando i dati delle fiere e dei festival si può notare come questo mercato non sia più solo di nicchia, ma stia crescendo esponenzialmente. Penso che, prima o poi, un imprenditore riuscirà a fare questo passo, ma non sarà in Italia, poiché il nostro paese non è ancora pronto, a causa della mentalità individualista. Nel panorama italiano vedo, infatti, tante realtà belle e preziose, ma faccio fatica a intenderle come imprese. Preso atto che c'è un fenomeno in crescita, allora, anche a livello istituzionale, quali sono le soluzioni che si potrebbero applicare? Tutto, al momento, resta in una dimensione molto piccola. Ragionare da piccoli, da un punto di vista economico aziendale, interessa poco. Se resteranno delle passioni, delle avventure di passioni singole ed illuminate, non andranno lontano. Diverso è, invece, se generano lavoro. Quello che manca è un ragionamento corale per capire che queste realtà devono maturare e diventare imprenditoriali. Non singole, ma crescere. Bisognerebbe diventare grandi e puntare all'internazionalità. Crescere per sostenersi ed autosostenersi».

La prospettiva di Steve Bisson è quella che, al meglio, riesce, a mio avviso, a riassumere la complessa e problematica situazione del panorama italiano, diviso fra eccellenza creativa e poca gestione d'impresa.

Dalle interviste effettuate è emersa, anche, una grande voglia di creare una comunità, fra i vari editori indipendenti, che potrebbe essere proprio la molla capace di creare il salto. Rendersi conto di essere forti insieme potrebbe dare la spinta verso questa crescita aziendale. Durante i festival, infatti, gli editori si confrontano sulle problematiche legate alla burocrazia e alla distribuzione e si danno consigli su come gestire la contabilità, ma, al momento, non si è ancora trovata una soluzione che permetta a questo gruppo unito di espandere le proprie capacità anche oltre la nicchia e l'artigianato.

Dall'analisi dei casi, la possibilità di incontrare editori differenti e di creare un circolo di amici, nazionali ed internazionali, è risultata come uno degli aspetti più attraenti e positivi per gli editori indipendenti. Bisogna, però, puntualizzare che, a volte, questo network di conoscenze, consolidato nel tempo, può creare qualche problematica poiché, come pensa Flavio Franzoni, «l'unico difetto dell'autoproduzione è che piccoli editori fanno molto comunità fra di loro e ogni tanto rischiano di chiudersi in un circuito e chiudersi non fa mai tanto bene. C'è, ad esempio, chi non vuole vendere in librerie, ma vuole vendere da solo. Insomma ognuno ha una propria logica, ma in generale direi che tutto è molto positivo». Capita anche che, a volte, ci siano, fra questi editori, discussioni su chi abbia, ad esempio, fatto la copertina più bella e questo allontana, sicuramente, dall'idea di evolversi in impresa ed, invece, conferma la dimensione più artigianale e individualistica di queste realtà. Nonostante le evidenti difficoltà illustrate si può, comunque, affermare che il *selfpublishing* e l'editoria fotografica indipendente abbiano assunto una posizione interessante nel panorama editoriale italiano.

Una delle grandi differenze fra l'editoria fotografica tradizionale e la piccola editoria indipendente risiede, proprio, nella differente visione del concetto di libro. Il mondo *mainstream*, infatti, si occupa di realizzare cataloghi, raccolte di foto di grandi fotografi del passato, quelli più di moda, che l'italiano medio potrebbe comprare per esibire in casa. La piccola editoria indipendente, invece, insiste sui fotografi contemporanei, sul mondo più *underground*, e cerca di creare un prodotto che sia un'opera, dove le foto siano al centro e non solo richiuse in un contenitore vuoto.

Flavio Franzoni riflette proprio su questa definizione di libro fotografico e sulla sua differenza rispetto al libro fotografico tradizionale: «la fotografia nasce su supporti di



carta e comunque fisici. Il libro ne mantiene questa caratteristica. La fotografia può essere, anche, vista su internet, certo, ma lì vedi delle immagini, non delle fotografie. Ha delle caratteristiche che sono fatte di inchiostri, di carte, di stampa, di odori. Sul digitale trovi un'immagine, la fotografia è altro. Il libro consente di mostrare tutto il lavoro di un fotografo con quelle che sono le caratteristiche della fotografia. Un appassionato di statue vuole vederle dal vivo con la loro dimensionalità. La fotografia, inoltre, ha caratteristiche che le permettono di stare su diversi supporti. Nel mondo contemporaneo essa è cambiata molto con il digitale, ma nasce con certe caratteristiche intrinseche ed il libro, così come la foto appesa alla parete, consente di mostrare tutto il lavoro di un fotografo, conservandole. Una foto cambia totalmente a seconda del modo in cui viene stampata, della carta usata, degli inchiostri. Bisogna mantenere questo contatto così come la dimensionalità di una statua si può percepire solo quando la si osserva dal vivo. La fotografia viene a finire in un libro, perché gli è naturale. Le altre arti finiscono in un libro, perché non ci sono altre possibilità. Il libro fotografico è, dunque, un'opera, il catalogo, invece, è quello che ti mostra le opere di un fotografo così come ti mostrerebbe dei dipinti, delle statuette, delle porcellane o qualsiasi altra disciplina. È per questo che il libro fotografico ha avuto un boom nel *selfpublishing*. I libri hanno veicolato la crescita di un panorama mondiale ed, infatti, la maggior parte dei festival legati all'editoria sono per lo più legati al libro fotografico. Il libro fotografico è messo al centro della questione proprio perché, in una dimensione indipendente, gli si riconosce questo valore, questa importante peculiarità».

Il fenomeno è esploso a tal punto che la libreria specializzata, Micamera, di cui Flavio è uno dei fondatori, è passata da lavorare, una quindicina di anni fa, con trenta editori indipendenti ad oggi che vede la collaborazione di alcune centinaia di editori che hanno raggiunto mediamente un livello molto interessante. Sicuramente da quando Micamera ha ospitato, nel 2011, la prima mostra al mondo riguardante l'editoria indipendente, tramite *Selfpublish, Be happy*, che ha visto l'esposizione di 400 libri autoprodotti più opere esposte, il fenomeno, anche in Italia, ha subito un'impennata sorprendentemente favorevole. Ovviamente, grazie ai costi bassi di produzione e alla conseguente sovrapproduzione, sono apparse sul mercato di nicchia anche tante «feticchie», come le

chiama Flavio, ma altrettanti prodotti editoriali molto belli che hanno, a loro volta, aperto la strada alla creatività e all'evoluzione artistica del linguaggio fotografico.

Con il termine *selfpublishing* si parla di aver la possibilità di gestire il processo creativo e produttivo del proprio lavoro autonomamente e, come concetto, esprime un senso di libertà e vittoria veramente sorprendente.

Non essere condizionati da nessuno lascia allo spazio creativo una dimensione privilegiata.

A fronte di questa riflessione e, in competizione con un mondo internazionale all'avanguardia e con tutti i nuovi editori indipendenti e *selfpublisher*, è necessario, soprattutto, che queste realtà sappiano e conoscano la loro identità, così da trovare una dimensione capace di supportare e di dare loro credibilità. Secondo Chiara Capodici, infatti, il grande valore di queste microeditorie indipendenti, così come delle piccole librerie specializzate, è proprio custodito nell'identità e nella particolarità. Le economie di larga scala annullano, infatti, la singolarità.

Nella loro dimensione, queste piccole case editrici, riescono, in parte, a prescindere dal mercato. Questo non significa non tenere conto del valore del mercato, ma significa che il mercato viene considerato per quello che è, quindi una realtà da cui non si può prescindere, ma che determinate scelte estetiche, autoriali, di linea, sono fatte anche a prescindere da quello.

Una realtà come Witty Kiwi che, comunque, sta crescendo, sarà sempre, per attitudine ed intenzione, totalmente distante da una Contrasto che deve far uscire, ad esempio, un libro su Henri Cartier-Bresson e, sicuramente, non porta ad uno sviluppo del linguaggio e ad un'implementazione della cultura fotografica. Certo è anche vero che uno degli obiettivi che anche queste realtà indipendenti non possono dimenticare è quello economico. Pur non essendo snaturate, è necessario che, per riuscire ad automantenersi, riescano a crescere e ad iniziare ad organizzarsi anche da un punto di vista più aziendale. Come dice Steve Bisson la vera sfida per un editore indipendente è quella di riuscire non tanto a trovare uno spazio nella nicchia, ma piuttosto «quella di portare i propri prodotti a chi magari non sa nemmeno che esistono». Non rinchiudersi, quindi, in un mercato solo di collezionisti, di esperti, ma andare da chi ancora non è integrato in

questo mondo e coinvolgerlo. Lo stesso sogno accompagna anche Flavio di Micamera che vorrebbe «far diventare il libro fotografico più diffuso. Comprare un libro di fotografia non deve più essere qualcosa di straordinario, ma e sarebbe bello riuscire a pensarlo come se fosse un romanzo o un qualunque altro tipo di libro».

Ascoltando queste parole, immagino il mondo dell'editoria fotografica indipendente molto simile al panorama musicale contemporaneo. Penso ad un gruppo di musica Indie alternativa, un collettivo, abituato a riempire palchi e festival senza nessun supporto di *major* alle spalle, che arriva sul palco della musica *mainstream* per eccellenza, quel palco che ha ospitato canzoni in prevalenza commerciali. Penso allo straniamento, ma allo stesso tempo al successo che ha riscontrato senza snaturarsi, come se a cambiare non fosse stato il messaggio della loro musica, ma solamente il contenitore, il veicolo della comunicazione. In un certo senso trovo, in questa volontà di crescita e di essere conosciuti e riconosciuti, un po' la stessa anima ribelle e fiera che dovrebbe accompagnare anche i microeditori. Quei libri fotografici indipendenti, delle fiere e dei festival, dovrebbero e potrebbero essere accolti anche in luoghi più tradizionali senza perdere per forza la loro natura, ma, anzi, facendo capire, ad un pubblico medio, che c'è molto altro, in Italia e nel mondo, oltre a quei cataloghi impersonali a cui possono ambire. Sarebbe un'esplosione di cultura e una vittoria per la bella arte. Sarebbe davvero una vittoria se questo comportasse, anche, la capacità di sostenersi economicamente e di poter dire che, questa passione, è un vero lavoro capace di creare profitto. Il problema, infatti, al momento, è che iniziare un'attività di editore indipendente, *selfpublisher*, o libraio specializzato, sia un grande rischio, o, come dice Chiara «un'impresa assolutamente irresponsabile».

È positivo che ci siano giovani che abbiano la voglia e le possibilità per mettersi in discussione e investire in questa dimensione culturale tanto ricca e preziosa e sarebbe davvero bello riuscire a creare una prospettiva futura, con idee aziendali capaci di ingrandire questo fenomeno ad una dimensione sostenibile.

Fra le altre criticità, la burocrazia complicata e poco snella è, sicuramente, uno dei grandi ostacoli che tutte queste realtà devono affrontare. Allo stesso modo la distribuzione e la vendita al pubblico. In Italia, infatti, oltre il 60% della distribuzione è controllato dai medesimi gruppi fra i quali spiccano *Messaggerie Libri*, *Pde* e *Mondo*

*libri* (Gruppo Mondadori). In questo regime oligopolistico che muove il mercato dell'editoria italiana è difficile trovare un posto per le piccole e medie case editrici, assolutamente impossibile per le case editrici indipendenti che non hanno una tiratura in grado di reggere i costi. Ricorrere, dunque, a questo tipo di distribuzione sarebbe controproducente, ma, allo stesso tempo, non avere altri supporti a sostegno è, sicuramente, una difficoltà non minore per chi intraprende questo lavoro. Spesso ci si appoggia a distributori stranieri, oppure si ricorre alla vendita diretta a contatto con il cliente e ai festival.

Come spiega Chiara Capodici: « Un editore, di solito, fa riferimento ad un distributore per ottimizzare una serie di spese. La piccola editoria non ha tanto questo bisogno, ma a volte i numeri crescono e non si riesce a gestire internamente la vendita. In questo caso ci si affida a un distributore. In Italia ci sono i distributori ufficiali, ma pongono delle condizioni difficili sia per l'editore sia per il libraio ed è anche un po' per questo che, quando si parla di editoria indipendente, si parla di un'editoria non legata ad una distribuzione di massa e ai suoi meccanismi. I distributori chiedono all'editore il 60%, poi tengono i libri in magazzino e alla fine, quando restituiscono quelli non venduti, sono in condizioni pietose. Quindi, spesso, sia da un punto di vista economico sia logistico, la distribuzione, che poi in Italia è gestita da più corporazioni, non conviene a queste microeditorie».

Per fortuna, sotto questo punto di vista, esistono tanti festival e fiere del libro indipendente che permettono una fidelizzazione e la vendita dei propri prodotti ad un target di pubblico più o meno ampio.

### 3.1.1.1 Tabella riassuntiva

Nella seguente tabella verranno riportate, in modo schematico, i vantaggi e le criticità analizzate nel paragrafo 3.1.1.

<b>Vantaggi</b>	<b>Criticità</b>
La riduzione dei costi di produzione dei libri fotografici indipendenti grazie alle nuove tecnologie.	La sovrapproduzione e la saturazione del mercato portano ad una selezione naturale dei libri meritevoli.
La creazione di un network di collaborazioni fra editori indipendenti.	I circuiti di editori indipendenti sono, a volte, troppo chiusi.
La libertà di mercato.	Appartenere ad un mercato di nicchia può essere un' arma a doppio taglio.
Il libro fotografico come opera d'arte.	La burocrazia italiana è troppo rigida. Servono sgravi fiscali.
La nascita di moltissime nuove realtà editoriali indipendenti.	Ci sono tanti piccoli editori indipendenti che sono appassionati, ma non imprenditori. Serve crescere guardando verso una dimensione aziendale.
I festival e le fiere permettono la vendita diretta al pubblico. Facilitano gli incontri e gli scambi di idee.	Il grande problema della distribuzione nel mondo dell'editoria fotografica indipendente.
Molti giovani decidono di rischiare in questo settore. Positivo che sia tutto così dinamico e in evoluzione.	L'assetto non aziendale rende, nella maggior parte dei casi, queste microeditorie non autosufficienti. Gli editori indipendenti svolgono spesso un'altra attività primaria per mantenersi economicamente. Mancanza di un ragionamento corale.

## **3.2 Possibili soluzioni per il futuro dell'editoria fotografica indipendente**

Dopo aver analizzato i vantaggi e le criticità che hanno riscontrato e riscontrano, ancora oggi, le case editrici fotografiche indipendenti, è possibile tracciare una mappa con possibili soluzioni per il futuro.

Pensando ad una prospettiva che superi la preziosità del libro come opera d'arte, prodotto da queste realtà, ed entrando in un'ottica più imprenditoriale ed economica, le domande e le soluzioni possono essere molteplici.

### **3.2.1 Il problema di diventare grandi**

Una delle criticità, di cui si è parlato precedentemente, è proprio la natura individualista e scollegata da un vero e proprio senso aziendale delle case editrici indipendenti. Quando si parla di diventare grandi, si intende la capacità di arrivare a comprendere appieno la propria natura e cercare di creare una prospettiva di autosostenibilità che, per molte realtà indipendenti, al momento è impossibile. Quando Steve Bisson parla della «mancanza di un ragionamento corale» intende sottolineare la mancanza della capacità di comprendere che, a partire da tante piccole realtà, insieme si possa diventare grandi, creare del “rumore” capace di interagire con un mercato più ampio e, conseguentemente, di produrre più guadagno. Oltre alle collaborazioni artistiche può risultare decisivo che queste case editrici indipendenti riuscissero a creare, anche, collaborazioni dal punto di vista economico aziendale.

Ovviamente questo discorso è molto generale e tende a riassumere un'analisi di un fenomeno attraverso una media delle situazioni osservate.

Se sei piccolo, purtroppo, e se la dimensione rimane questa, fai tanta fatica a sopravvivere in questo settore. Se rimani così l'unica possibilità è quella di avere entrate provenienti da un'altra attività, da finanziamenti esterni, o da premi vinti. Una situazione del genere rimane precaria, e non porta ad un'evoluzione di un fenomeno come quello dell'editoria fotografica indipendente che, invece, scalpita per crescere esponenzialmente.

Se, infatti, nell'altra editoria, si sta verificando uno stallo, dato anche dall'introduzione degli e-book e dei supporti digitali, per i libri fotografici si registra una crescita e, soprattutto, nei festival di fotografia e nelle fiere dei libri indipendenti è evidente come una fetta sempre più ampia di pubblico stia cominciando ad avvicinarsi a questo mondo. Sarebbe un peccato, di fronte ad una crescita del mercato, anche di nicchia, restare immobili in una realtà piccola e non provare ad evolvere anche dal punto di vista aziendale.

Il settore dell'editoria fotografica indipendente in Italia per riuscire non a sopravvivere, ma a vivere dignitosamente e con i giusti riconoscimenti, ha bisogno di compiere un salto che lo dovrebbe portare ad una dimensione imprenditoriale senza snaturare la sua passione e la sua ricerca estetica e artistica.

La vera rivoluzione sarebbe creare un prodotto, una casa editrice, capace di muoversi sia nel mercato di nicchia, nei confronti di un pubblico più variegato, che presentasse i libri fotografici indipendenti come opere d'arte, ma che avesse una struttura competitiva simile a quella di impostazione aziendale.

Steve Bisson, fondatore di Urbanautica, con Urbanautica Institute offre un esempio di realtà ibrida, che si occupa non solo di libri fotografici, ma anche di mostre e progetti culturali e territoriali. Penso che questo sia una chiara testimonianza di come debba funzionare e delle potenzialità che possa avere una casa editrice indipendente. È, inoltre, necessario riuscire a capire come crescere, per riuscire ad autosostenersi e, di conseguenza, per esprimere veramente quell'indipendenza che dovrebbe contraddistinguere queste realtà.

È un po' lo stesso processo che accompagna un bambino nella sua crescita e nel suo percorso di formazione verso l'età adulta e verso l'indipendenza, che arriva solo quando si ottiene un'autonomia economica e non si dipende più dalla famiglia di origine.

Solo nella prospettiva di una crescita è possibile iniziare a pensare a queste realtà come a generatrici di lavoro, di guadagno.

### 3.2.2 Le realtà ibride come soluzione definitiva

Quando un *selfpublisher* decide di diventare editore, o quando nasce una casa editrice fotografica indipendente, dovrebbero porsi come obiettivo primario quello di essere in grado di diventare autonomi anche economicamente.

Dopo aver analizzato ed osservato realtà eterogenee ed ascoltato una pluralità di fotografi ed editori, credo che una soluzione definitiva per potere dare luce a qualcosa di forte e competitivo sul mercato sia quella di creare realtà ibride, un po' come Urbanautica Institute e come Spazio Labò, che offrano un panorama di attività legate alla fotografia, capaci di soddisfare le necessità economiche che sono proprie di un'attività privata.

Spazio Labò nasce come scuola di fotografia e offre numerosi workshop e master biennali, allestisce mostre e spazi culturali come, ad esempio, durante la bellissima mostra *Bologna Fotografata, Tre secoli di sguardi*<sup>135</sup>, ma, allo stesso tempo, per passione, cura anche le edizioni Labò che sono un modo interessante per pubblicare e, dunque, presentare ad un pubblico, i lavori degli studenti più meritevoli.

Parlando con Chiara Capodici si è arrivati a vedere un futuro di realtà ibride anche per quello che riguarda le librerie specializzate. «Il destino delle librerie» spiega, infatti, Chiara «è quello di essere concepite come luoghi di ricerca per persone che fanno anche altre cose. Sono realtà ibride con alle spalle anche una storia di grafica, di architettura. Devono occuparsi di poche attività, ma molto mirate».

Creando dei luoghi che, oltre a produrre libri o a venderli, offrano anche un punto d'incontro e di condivisione per il pubblico, è possibile riuscire a costruire una credibilità sia regionale sia, col tempo, nazionale ed internazionale.

Micamera è un altro esempio di attività, che nasce come libreria specializzata, capace di muoversi in questo mercato di nicchia, ma anche di evolversi verso orizzonti più articolati ed eterogenei.

Se, quando hanno iniziato la loro attività, la loro offerta di libreria era molto di settore, a distanza di quindici anni, uno dei fondatori, Flavio, riconosce quanto il mercato si sia decisamente aperto.

---

<sup>135</sup><https://festival.ilcinemaritrovato.it/evento/bologna-fotografata/>



«Io ero appassionato di libri, l'altra persona che ha fondato Micamera con me era esperta di comunicazione» spiega «e così abbiamo aperto questo posto in modo che fosse una libreria, ma anche un punto di incontro per diffondere la fotografia attraverso i libri. Abbiamo attività extra, oltre la vendita dei libri, che vanno dalle mostre, alla didattica con i workshop, a performance, alla presentazione e firma dei libri. Diciamo che è un luogo dove vari aspetti riguardanti la stessa materia vengono offerti gratuitamente (ad esclusione dei libri e dei workshop) proprio per avvicinare il pubblico ad un prodotto che è, ancora adesso, qui sconosciuto».

In un mondo dove le persone hanno bisogno di uscire dalle case e alzare la testa da una tecnologia che fagocita, creare spazi che offrano un confronto e veicolare questi spazi in modo da promuovere i libri fotografici, credo sia un esempio veramente interessante e da tenere ben presente per il futuro.

A dimostrazione di come molte realtà indipendenti siano, effettivamente, anche intrinsecamente ibride, è possibile considerare i workshop e i corsi che, vengono organizzati.

Per farsi largo nel mercato, credo che questa ibridazione sia necessaria per tutte quelle realtà indipendenti, anche librerie, che fanno propria la prospettiva di crescere ed evolversi.

### **3.2.3 Creare una rete di librerie specializzate**

Quando si parla di rete, bisogna differenziare questa parola dalla parola catena. Con catena, infatti, si fa riferimento ad un'accezione potenzialmente negativa che sembrerebbe rendere una libreria un supermercato. Quando, invece, si parla di rete di librerie specializzate, si cerca di mantenere distinta la loro singolare specificità, caratteristica che sta morendo in Italia e che sarebbe da riscoprire. Allo stesso tempo, si ipotizza di unirle come in un circuito, così da ottimizzare i costi e permettere, anche alle case editrici indipendenti, una più semplice e ampia distribuzione. Chiara Capodici spiega che con Leporello e le altre piccole librerie specializzate fanno già in qualche modo rete «nella misura in cui, ad esempio a Roma, cerchiamo di dialogare. Mantenere rapporti con le altre realtà a te simili ti permette anche di ottimizzare i costi, ad esempio, comprando libri insieme e risparmiando sulla consegna. Al contrario non riesco a sentire

associata alle nostre realtà la parola catena. Sarebbe possibile immaginare una catena di gallerie?».

Credo che potrebbe giovare, sia alle librerie sia agli editori indipendenti, la creazione di una rete strutturata che unisca tutte queste realtà, soprattutto, per affrontare la distribuzione che, al momento, rimane uno dei più grandi ostacoli.

Una rete di librerie ufficiale, non solo legata da rapporti di amicizia, ma forte di regole e strategie d'impresa di marketing, comunicazione, politiche dei acquisto e di distribuzione, potrebbe sicuramente dare un ulteriore vantaggio e incrementare la possibilità di farsi largo fra un target di pubblico più ampio, senza perdere la singolare unicità che contraddistingue ogni identità specifica.

### **3.2.4 Creare un operatore intermedio**

Come già enunciato precedentemente, la distribuzione rappresenta una delle più pressanti problematiche dell'editoria fotografica indipendente. Gli editori sono appassionati, lontani dal mondo dell'impresa e le loro case editrici, al momento, non presentano, per la maggior parte, le caratteristiche di un'azienda. Quello che si potrebbe ipotizzare è la possibilità di creare un operatore che, da terzo, offra loro un servizio di traghetto conveniente, così da permettergli l'avvicinamento ad un mondo più industriale. Questo operatore potrebbe anche essere generato come fase successiva alla rete di librerie specializzate. Come spiega Steve Bisson «l'ambizione di raggiungere un target più ampio è molto difficile da ottenere fisicamente. Un'opportunità potrebbe venire da operatori come Amazon, ma al momento non è ancora percorribile, a causa delle commissioni altissime e di problemi gestionali che le tirature indipendenti non sono in grado di gestire. Se dovesse uscire un servizio di operatore che ha una funzione simile ad Amazon, che va incontro a queste realtà con un sistema di logistica integrato capace di gestire le spedizioni in tutte le sedi, allora forse si potrebbe iniziare a creare quel processo di crescita».

Al momento, la soluzione ottimale sarebbe la nascita di un operatore intermedio che capisca l'importanza del gruppo e la sua potenzialità e che offra a questi editori indipendenti, dei vantaggi negli acquisti e nella distribuzione.

La preziosità della cultura, di cui si fanno portavoci queste realtà, dovrebbe essere uno stimolo anche per piani più alti, per le istituzioni, e per gli addetti ai lavori. L'importanza che queste attività rivestono sia sul piano locale, sia in prospettiva internazionale, può essere capace di stupire.

### **3.3 Un'ultima riflessione**

Entrare in contatto con il mondo dell'editoria fotografica indipendente mi ha fatto scoprire realtà, nel panorama italiano, veramente stimolanti e aprire gli occhi su quanta bellezza possano esprimere creatività e passione.

È emozionante condividere l'energia e lo slancio di giovani che parlano del loro lavoro e che continuano a farsi largo in un mercato che non perdona, che a volte lascia a bocca asciutta, a piedi in mezzo ad una strada vuota.

È bene cercare soluzioni per fare crescere queste realtà e, soprattutto, per fare in modo che riescano ad affermarsi e a sostenersi come meritano. Al tempo stesso, credo però che, al momento, in Italia, sia ancora troppo presto per vederle realizzate.

Questa conclusione finale può lasciare un gusto amaro in bocca, perché, dopo aver assaporato la dolcezza dell'unicità dei libri e delle realtà presentate nei capitoli precedenti, l'idea che, come di prassi, non ci sia un reale guadagno, non ci sia una riconoscenza concreta per il lavoro fatto, sembra sminuire tutto il percorso.

È giusto dire che si debba crescere. Si tratta di processo inevitabile comune a tutte le realtà che vogliono avanzare e sopravvivere nel mondo, non si può restare bambini per sempre, e forse, in un futuro, anche queste piccole realtà indipendenti diventeranno grandi, saranno aziende. Ma ciò che mi ha colpito profondamente in questa ricerca è proprio sentire che questo essere piccoli, forse neanche capaci di sostenersi economicamente, non sia in grado di paralizzare queste realtà. La passione che anima tutti i fotografi, i grafici, gli editori, è talmente forte e brillante da creare libri che sono opere d'arte, che sono diventati talmente pregiati da essere, ormai, cibo prelibato per collezionisti.

In quest'atmosfera un po' annebbiata dalla situazione italiana che, sicuramente, non investe molto in cultura; in questo turbinio di grandi case editrici tradizionali che

fagocitano e pubblicano tutto per un pubblico sempre affamato, ma poco attento; sono rimasta colpita, invece, dalla luce emanata da tutti questi editori indipendenti, dalle librerie specializzate e dai festival che, oltre ad attrarre un pubblico veramente vasto, permettono al linguaggio artistico di evolversi a ritmo con il tempo che avanza e che sfugge alla globalizzazione e all'intorpidimento delle idee.

Credo che i rischi che corrono questi editori per la passione di manifestare uno spirito artistico siano da testimoniare. I libri permettono di interagire con tantissime persone, la fotografia è una delle forme di comunicazione più efficace e le manifestazioni ad essa dedicate, stanno diventando, a mio avviso, i nuovi luoghi capaci di ricostruire un'identità artistica e esplorare i terreni ignoti della creatività.

Penso alle parole di Chiara, al suo essere incerta su un futuro a lungo periodo, ma alla sua determinazione nel dire che, in fin dei conti, questa è una di quelle avventure che merita di essere percorsa.

Queste realtà indipendenti sono così dinamiche che, ogni giorno, sarebbe necessario aggiornare la lista dei libri pubblicati e delle iniziative delle nuove case editrici indipendenti.

Sarebbe stimolante, in futuro, riprendere questa ricerca e cercare di studiare l'evoluzione e il percorso che queste realtà hanno intrapreso. Potrebbe essere utile anche provare a creare uno di quegli operatori intermedi, ai quali si è precedentemente accennato, monitorandolo, così da dimostrare quanto ipotizzato.

Per il momento possiamo solo sentirci più consapevoli che qualcosa si sta muovendo velocemente e con energica forza in un mondo che, ormai, non è poi così lontano e che sta coinvolgendo un target di pubblico sempre più ampio.

Perché è in quella direzione che si trovano le idee vere ed originali, i libri di fotografia che sono opere d'arte e non semplici cataloghi da esposizione.

Se Erri De Luca, parlando dei libri e delle parole, scrive :« Le parole, una volta scritte, hanno una vita propria, indipendente. I libri hanno una loro biografia, diversa da chi li ha scritti. [...]Magnifica la vita indipendente delle parole scritte, quando il loro soffio porta sollievo su una scottatura»<sup>136</sup>, allo stesso modo credo che questa dedica possa essere riservata anche alla fotografia e ai libri fotografici che prendono vita e,

---

<sup>136</sup> De Luca E., Mendini A. (2017): p. 19

attraverso le immagini, ci mostrano la realtà e mondi immaginifici, rendendoci partecipi di un processo creativo ed artistico senza pari.



---

## Conclusioni

---

Quando un viaggio finisce è bene fare un sommario di quelle che sono state le strade percorse, i terreni calpestati e conquistati.

Questo studio si proponeva come obiettivo quello di analizzare il fenomeno dell'editoria fotografica indipendente in Italia, di capire a che punto fosse nella sua evoluzione e di cercare di delinearne gli esiti futuri. A tal fine, dopo aver cercato di esplorare, in senso più teorico, il mondo dell'indipendente e della fotografia, sono state intervistate molte realtà indipendenti del panorama italiano, fra settembre 2016 ed ottobre 2017, proponendo domande che fossero specifiche sulla loro attività, ma anche capaci di proiettare il discorso in un panorama più ampio che è quello dell'editoria fotografica indipendente.

I risultati hanno mostrato una realtà molto più complessa di quella che ci si attendeva. Si parla di un intero mondo, diversificato e ricco di originalità, che si muove velocemente, pur imprigionato dalla sua dimensione artigianale, che va dai *selfpublisher*, agli editori indipendenti piccolissimi e piccolo-medi, dalle librerie specializzate alle realtà ibride che offrono anche master, fino a raggiungere i festival di fotografia e le fiere del libro, che si stanno rivelando manifestazioni in grado di ospitare e dare spicco a queste identità editoriali.

Le risposte e il confronto con alcune fra le più importanti personalità del settore hanno mostrato, inoltre, i lati più oscuri e gli angoli, non ancora smussati, di questo fenomeno che ha vissuto, specialmente nel 2010-2011, una vera esplosione e che sta ancora crescendo.

Data la complessità di questo mosaico di realtà, riuscire a combinare i tasselli è estremamente delicato, perché tutto segue un equilibrio che ancora non ha assunto una mentalità industriale. Al momento, le possibili soluzioni elencate per portare le case editrici indipendenti ad una crescita, formale ed imprenditoriale, risultano ipotesi non possibili da realizzare.

La conclusione, leggermente amara, è, tuttavia, coerente con quella che è la mentalità italiana, più artigianale, e con quella che è la mentalità della maggior parte di queste

realtà che viene animata prevalentemente, se non solamente, da una passione energica e forte.

Se, al momento, ancora non si riescono a vedere queste realtà come pienamente redditizie, è, però, piacevole e rincuorante trovare un mondo dove la cultura, l'originalità, la voglia di mettersi in gioco e di rischiare siano ancora le prerogative della vita, siano ancora capaci di attrarre giovani talentuosi.

Lo studio, affrontato nella presente tesi, rappresenta, dunque, un punto di partenza per una riflessione già iniziata, ma che andrebbe riportata a piani più alti di indagine e che ha bisogno di un controllo a lungo periodo.

Una raccomandazione per ulteriori ricerche future in quest'ambito sarebbe, certamente, quella di capire se e quante delle criticità evidenziate siano state risolte.

Sarebbe, anche, interessante monitorare una realtà che abbia provato a crescere, in una dimensione più aziendale, per capire se questa soluzione abbia portato i risultati ipotizzati.

Qualunque sia la direzione che prenderanno le ricerche future è, però, doveroso che nessuno dimentichi il principale insegnamento di queste realtà indipendenti fotografiche che risiede nell'insistere sulla qualità e sull'originalità.



Massimo Giannoni, *Interno libreria Seeber*, 2015, olio su tela, 150x260, Galleria Rubin, Milano



---

## Referenze Bibliografiche

---

### Bibliografia:

- Amar P.J. (2017) *Mes Rencontres d'Arles. Photographies 1974-1994*. Arles: Arnaud Bizalio Éditeur.
- Bate D. (2011) *Il primo libro di fotografia*. (2<sup>a</sup> ed) Torino: Giulio Einaudi Editore s.p.a.
- Bello F. (2014) *Self-publishing e nuova editoria*. Tricase (LE): Youcanprint *Self-publishing*.
- Benjamin W. (2000) *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*. (4<sup>a</sup> ed) Torino: Giulio Einaudi Editore s.p.a.
- Berger J. (2008) *Ways of seeing*. (2<sup>a</sup> ed) Londra: Penguin Books.
- Birattari M. (2015) *Le nuove frontiere della scrittura. E-book, self-publishing e scrittura per il web*. Milano: Centuria s.r.l.
- Colleu G. (2008) *Editori indipendenti & bibliodiversità*. (2<sup>a</sup> ed) Torino: Fidare-Federazione Italiana Editori Indipendenti.
- Davis H. (1991) *Photographer's publishing handbook*. New York: Images Press.
- De Luca E., Mendini A. (2017) *Diavoli custodi*. Milano: Feltrinelli Editore.
- Di Bello P., Wilson C., Zamir S. (2012) *The Photobook: from Talbot to Rusha and beyond*. Londra-New York: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Forni A. (2014) *Tutto quello che devi sapere per pubblicare (e vendere) il tuo e-book. Guida al self-publishing*. Roma: Barney Edizioni.
- Hernandez B. (2017) Arles 2017, monde réel, monde virtuel. *Le point. Édition spéciale «Rencontres d'Arles 2017»*: 3.

- Hernandez B. (2017) Les Rencontres de San Stourdzé. *Le point. Édition spéciale «Rencontres d'Arles 2017»*: 18.
- Himes D.D., Swanson M.V. (2012) *Photographes, publiez votre libre photo!*. (2<sup>e</sup> ed) Parigi: Éditions Eyrolles.
- Mistretta E. (2006) *L'editoria: un'industria dell'artigianato*. (2<sup>e</sup> ed) Bologna: Il Mulino.
- Newhall B. (1984) *Storia della fotografia*. (2<sup>e</sup> ed) Torino: Giulio Einaudi Editore s.p.a.
- Parr M., Badger G. (2014) *The Photobook: A History, volume III*. Londra: Phaidon
- Rouquette J.M., Barrau D., Dumoulin P. (2017) *Rencontres d'Arles 1974-1982: Les débuts. Quand une réunion d'amis devient un rendez-vous international*. Mouriès (FR): GEIMO Créations.
- Sontag S. (2004) Breve antologia di citazioni, Gernsheim Helmut. *In* Sontag S. (2004) *Sulla fotografia: realtà e immagine nella nostra società*. (6<sup>e</sup> ed) Torino: Giulio Einaudi Editore s.p.a.
- Walker I. (2012) A kind of a «Hun»: the siting of Twentysix gasoline stations (1962). *In* Di Bello P., Wilson C., Zamir S. (2012) *The Photobook: from Talbot to Rusha and beyond*. Londra-New York: I.B. Tauris & Co Ltd, 111-128.

## Sitografia:

- Arena G. *Steve Bisson “Urbanautica”, intervista* [online]. Landscape Stories. Disponibile su <<http://www.landscapestories.net/interviews/steve-bisson?lang=it>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- ArteMagazine, Redazione. (2017) *Ravenna Fahrenheit 39, il festival della ricerca e del design per l'editoria* [online]. ArteMagazine, 16 maggio. Disponibile su <<http://www.artemagazine.it/dal-territorio/item/4378-ravenna-fahrenheit-39-il-festival-della-ricerca-e-del-design-per-l-editoria>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Asnagh B.C. (2014) *Milo Montelli e la sua nuova casa editrice Skinnerboox* [online]. VIX Magazine. Disponibile su <<http://www.vixmagazine.it/milo-montelli-skinnerboox/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Baldini C. *Editoria indipendente: SKINNERBOOX* [online]. M-Mag/fotografia contemporanea. Disponibile su <<http://m-mag.it/skinnerboox.html>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Battisti G. (2013) *Witty Kiwi: l'editore italiano per la fotografia indipendente e di documentazione* [online]. Mag72 idee per la fotografia (never stop exploring), 24 ottobre. Disponibile su <<http://www.mag72.com/2013/10/witty-kiwi-l-italiano-per-la-fotografia.html>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Bettini A. (2010) *Il territorio di Steve Bisson* [online]. Il mecenate d'anime, 18 maggio. Disponibile su <<http://www.ilmecenedanime.it/2010/05/18/il-territorio-di-steve-bisson/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Bria G. (2013) *Humboldt Books: l'arte è il viaggio* [online]. Artribune, 10 giugno. Disponibile su <<http://www.artribune.com/attualita/2013/06/humboldt-books-larte-e-il-viaggio/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Carlisi F. *Intervista a* [online]. Nikonschool. Disponibile su <<https://www.nikonschool.it/sguardi/54/gente.php>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Catalogo del Festival *Les Rencontres de la photographie. Arles 2017* [online]. Disponibile su <<http://www.google.it/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https%3A%2F%2Fwww.rencontres-arles.com%2Fdownload%2F%3Ffile%3D%2Ffiles>>.

[%2Ffile\\_file\\_24\\_fr.pdf%26title%3Ddossier-de-presse-arles-2017.pdf%26type%203D%20a%20p%20p%20l%20i%20c%20a%20t%20i%20o%20n%26ved=2ahUKEwjel6LB9sXZAhVqUt8KHUAADeMQFjABegQIBRAB&usg=AOvVaw0s7qw6961QSJ40QDwjw0YD>](#). [Data di accesso: 27/02/2018].

- Cinisi online, Redazione. (2015) *Came to Gazebook 2015* [online]. Cinisi online. Disponibile su < <http://www.cinisionline.it/2015/08/14/come-to-gazebook-2015/16792>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Colberg J.M. (2016) *Understanding photobooks* [online]. Conscientious Photo Magazine. Disponibile su <<http://cphmag.com/understanding-photobooks/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Colberg J.M. (2017) *The photobook as object* [online]. Conscientious Photo Magazine. Disponibile su <<http://cphmag.com/photobook-object/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- De Santis S. (2017) *Gazebook fa vivere la fotografia nei luoghi di Montalbano* [online]. Huffingtonpost, 19 luglio. Disponibile su <[http://www.huffingtonpost.it/2017/07/11/gazebook-fa-vivere-la-fotografia-nei-luoghi-di-montalbano\\_a\\_23016852/](http://www.huffingtonpost.it/2017/07/11/gazebook-fa-vivere-la-fotografia-nei-luoghi-di-montalbano_a_23016852/)>. [Data di accesso 27/02/2018].
- De Santis S. (2017) *A Gazebook un workshop con Jason Fulford: “Ai giovani dico, rendete unica la vostra vita (e il vostro lavoro)”* [online]. Huffingtonpost, 25 luglio. Disponibile su < [http://www.huffingtonpost.it/2017/07/25/a-gazebook-un-workshop-con-jason-fulford-ai-giovani-dico-rend\\_a\\_23046505/](http://www.huffingtonpost.it/2017/07/25/a-gazebook-un-workshop-con-jason-fulford-ai-giovani-dico-rend_a_23046505/)>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Duponchelle V. (2017) *Le 48e Rencontres d'Arles, premier bilan plutôt punchy* [online]. Le figaro, 12 luglio. Disponibile su < <http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2017/07/10/03015-20170710ARTFIG00281-les-48e-rencontres-d-arles-premier-bilan-plutot-punch.php>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Giorgi E. (2017) *Altri stati per la fotografia. Parola a Chiara Capodici* [online]. Artribune, 29 aprile. Disponibile su <<http://www.artribune.com/arti-visive/fotografia/2017/04/intervista-chiara-capodici-leporello-roma/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].

- Jackson A. (2017) *Gazebook Festival Preview* [online]. British Journal of Photography, 8 agosto. Disponibile su <<http://www.bjp-online.com/2017/08/gazebook-festival-preview>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Landscape Stories (2017), 26. [online]. Disponibile su <<http://magazine.landscapistories.net/it/archive/2017/habitare/editorial>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- La Stampa, Redazione. (2016) *Gazebook, il festival dedicato al libro fotografico* [online]. La Stampa, 8 settembre. Disponibile su <<http://www.lastampa.it/2016/09/08/multimedia/cultura/gazebook-il-festival-dedicato-al-libro-fotografico-fixVLFpY8ZDrzvIcKDyQpO/pagina.html>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Liberiamo, Redazione. (2014) *Giovanna Silva, "Con Humboldt Books ci rivolgiamo ad una nicchia di mercato a cavallo tra narrativa, arte e geografia"* [online]. Liberiamo: storie di chi ama la cultura, 24 settembre. Disponibile su <<http://liberiamo.it/investiamo/giovanna-silva-con-humboldt-books-ci-rivolgiamo-ad-una-nicchia-di-mercato-a-cavallo-tra-narrativa-arte-e-geografia-2/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Luquet-Gad I. (2015) *Le livre est-il l'avenir de la photographie?* [online]. I-D, 18 novembre. Disponibile su <<https://i-d.vice.com/fr/article/43x3np/le-livre-est-il-lavenir-de-la-photographie>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Maccione G. *Spazio Labò/Centro di fotografia* [online]. Youthlessfanzine. Disponibile su <<http://www.youthlessfanzine.com/laura-de-marco-spazio-labo-centro-di-fotografia>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Maffei G. (2012) *Twentysix Gasoline Stations di Edward Ruscha* [online]. Maremagnum Blog, 8 ottobre. Disponibile su <<http://blog.maremagnum.com/twentysix-gasoline-stations-di-edward-ruscha/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Marani F. (2017) *Photography @ArteFiera 2017* [online] Vogue Italia, 27 gennaio. Disponibile su <<http://www.vogue.it/fotografia/news/2017/01/27/eventi-fotografia-arte-fiera-bologna-2017/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Minardi S. (2015) *La rivincita dei piccoli librai* [online]. L'Espresso, 25 giugno. Disponibile su <<http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2015/06/24/news/la-rivincita-dei-piccoli-librai-1.218627>>. [Data di accesso: 27/02/2018].

- Modus Operandi, Redazione. *Discipula: The looking game studio visit* [online]. Modus Operandi. Disponibile su <<http://www.modus-operandi.org/portfolio/discipula/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Naldi P. (2017) *Torna Artefiera a Bologna: ecco la settimana più creativa dell'anno* [online]. La Repubblica, 24 gennaio. Disponibile su <[http://bologna.repubblica.it/cronaca/2017/01/24/news/torna\\_arte\\_fiera\\_a\\_bologna\\_ecco\\_la\\_settimana\\_piu\\_creativa\\_dell\\_anno-156750774/](http://bologna.repubblica.it/cronaca/2017/01/24/news/torna_arte_fiera_a_bologna_ecco_la_settimana_piu_creativa_dell_anno-156750774/)>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- O'Hagan S. (2015) *Self Publish, Be Happy! The DIY saviours of photography* [online]. The Guardian, 25 novembre. Disponibile su <<https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/nov/25/self-publish-be-happy-saviours-of-photography>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Padley G. (2013) *Micamera - an accidental photo book shop* [online]. British Journal of Photography, dicembre. Disponibile su <<http://www.micamera.com/bookstore/dicono-di-noi/>> [Data di accesso: 27/02/2018].
- Pantall C. (2016) *Gazebook Portfolio Reviews and 3D Dinosaurs* [online]. Colin Pantall's blog, 19 settembre. Disponibile su <<http://colinpantall.blogspot.fr/2016/09/one-of-most-enjoyable-things-about.html?m=1>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Rorgers F. (2017) *Arles 2017, Fiona Rogers' top five* [online]. British Journal of Photography, 26 luglio. Disponibile su <<http://www.bjp-online.com/2017/07/rogers-top-five/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Sapienza S. (2016) *Troppi fotografi, troppi festival, troppi fotolibri* [online]. Shot & Hurmurs: a photography culture blog, 15 dicembre. Disponibile su <<http://www.shotsandmurmurs.com/it/troppi-fotografi-troppi-festival-troppi-fotolibri/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Sarno A. (2010) *Il libro fotografico è fai-da-te* [online]. L'Espresso, 15 ottobre. Disponibile su <<http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2010/10/15/news/il-libro-fotografico-e-fai-da-te-1.24796>>. [Data di accesso: 27/02/2018].

- Sbarbati S. (2013) *#Fotosociality/Witty Kiwi* [online]. Frizzifrizzi, 24 aprile. Disponibile su <<https://www.frizzifrizzi.it/2013/04/26/fotosociality-witty-kiwi/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Schiavetti H. (2017) *L'alchimie de l'été arlésien* [online]. Disponibile su <<https://www.herveschiavetti.fr/2017/03/23/lalchimie-de-lete-arlesien/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Settesere qui, Redazione. (2013) *RAVENNA/ Il festival Fahrenheit 39 all'Almagià da venerdì 8 a domenica 10* [online]. Settesere qui: notizie dalla Romagna, 8 marzo. Disponibile su <<http://www.settesere.it/it/n2029-ravenna-il-festival-fahrenheit-39-allalmagia-da-venerd-a-domenica-10.php>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Smargiassi M. (2015) *C'è un'editoria che festeggia. È boom di libri fotografici* [online]. La Repubblica - R2 Cultura/Inchiesta, 27 marzo. Disponibile su <<http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/03/27/ce-uneditoria-che-festeggia-e-boom-di-libri-fotografici46.html>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Smyth D. (2017) *Arles 207: new open!* [online]. British Journal of Photography, 3 luglio. Disponibile su <<http://www.bjp-online.com/2017/07/festivals-whats-on-at-arles-2017/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Spazio Labò. *Il linguaggio del book Making* [online]. Disponibile su <<http://www.spaziolabo.it/2017/09/26/linguaggio-book-making-intervista-fiorenza-pinna-salvatore-santoro/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- The Mammoth Reflex. (2017) *A Roma torna Funzilla, il festival dedicato alle fanzine fotografiche* [online]. 12 maggio. Disponibile su <<http://www.themammothreflex.com/appuntamenti/2017/05/12/funzine-a-roma-il-festival-fanzine-fotografiche/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Varone P. (2017) *Festival di fotografia Les Rencontres d'Arles 2017. Intervista a Marcello Fortini* [online]. Arts life, 18 luglio. Disponibile su <<http://www.artslife.com/2017/07/18/les-rencontres-darles-2017-intervista-a-marcello-fortini/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Vitale L. (2016) *Festival del fotolibro a Punta Secca: Gazebook 2016* [online]. Cinisi Online, 16 settembre. Disponibile su <<http://www.cinisionline.it/2016/09/16/festival-del-fotolibro-a-punta-secca-gazebook-2016/24601>>. [Data di accesso: 27/02/2018].

- Vogue, Redazione. (2016) *Gazebook* [online]. Vogue Italia, 7 settembre. Disponibile su <<http://www.vogue.it/fotografia/flash/2016/09/07/gazebook-sicilia-photobook/>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- Zorloni L. (2016) *Bologna: ad ArteFiera 2017 diminuiscono gli espositori* [online]. Il Resto del Carlino, 23 novembre. Disponibile su <<http://www.ilrestodelcarlino.it/bologna/cosa%20fare/in%20città/arte-fiera-bologna-1.2699249>>. [Data di accesso: 27/02/2018].
- <http://www.scrivo.me/2013/11/13/self-publishing-fotografia-afronauts-caso-successo/>.
- <http://www.micamera.com/shop/tip-the-italian-photobook/hidden-islam-nicolo-degiorgis/>.
- <http://www.artribune.com/arti-visive/fotografia/2017/04/intervista-chiara-capodici-leporello-roma/attachment/leporello-roma-allestimenti-a-cura-dello-studio-di-architettura-orizzontale-5/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=CoK9aaJVVnk>.
- <https://www.facebook.com/photogazebook/>.
- <https://youtu.be/PMLI9KUie8A>
- <https://www.internazionale.it/foto/2016/08/29/amp/libri-fotografia-festival>
- <https://www.facebook.com/photogazebook/photos/a.640393676102741.1073741834.564410807034362/640394226102686/?type=3&theater>
- <http://www.artefiera.it/eventi/eventi-in-fiera/le-mostre/7057.html>.



## Siti Ufficiali delle realtà prese in esame:

- *Artefiera*. Disponibile su <<http://www.artefiera.it/home/776.html>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *CALAMITA/À*. Disponibile su <<http://calamitaproject.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Cosmos Arles Books*. Disponibile su <<http://www.cosmosarlesbooks.com/publishers17.php>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Discipula Editions*. Disponibile su <<https://discipulaeditions.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Fahrenheit39*. Disponibile su <<http://www.fahrenheit39.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Festival di Arles*. Disponibile su <<https://www.rencontres-arles.com/fr/actualites/index/12/prix>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Fosfoleina69*. Disponibile su <<http://www.fabrizioq.com/printed>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Fotogang*. Disponibile su <<http://alessandracalo.it/save-the-date-foto-gang-la-spezia-un-piccolo-festival-dedicato-alleditoria-fotografica-indipendente/>>. Pagina Facebook, URL: [https://www.facebook.com/pg/FOTOGANGBOOKSHOP/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/FOTOGANGBOOKSHOP/about/?ref=page_internal)>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Gazebook: Sicily Photobook Festival*. Disponibile su <<http://gazebook.it/>>. Pagina Facebook, URL: <https://www.facebook.com/photogazebook/>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Gente di fotografia*. Disponibile su <<http://www.gentedifotografia.it/it/chi-siamo>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Humboldt books*. Disponibile su <<http://www.humboldtbooks.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].

- *Landscape Stories*. Disponibile su < <http://magazine.landscapistories.net/it>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *L'Artiere Edizioni*. Disponibile su < <https://www.lartiere.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Le Grafiche dell'Artiere*. Disponibile su < <http://www.graficartiere.com/azienda/chiamo/>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Micamera*. Disponibile su < <http://www.micamera.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *NumeroZero*. Disponibile su <<http://numerozero.ch>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Officine Fotografiche (Milano)*. Disponibile su < <http://milano.officinefotografiche.org/appuntamenti/fotogang/>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Offprint Paris*. Disponibile su < <http://offprint.org>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Rorhof*. Disponibile su < <http://www.rorhof.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Selfpublish, Be happy*. Disponibile su < <http://selfpublishbehappy.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Skinnerboox*. Disponibile su < <https://www.skinnerboox.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Spazio Labò*. Disponibile su < <http://www.spaziolabo.it>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *The Afronauts*. Disponibile su < <http://www.lademiddel.com/thisbookistrue/product/the-afronauts/>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Trolleybooks*. Disponibile su < <http://trolleybooks.com> >. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Witty Kiwi*. Disponibile su < <http://www.wittykiwi.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].

- *Urbanautica*. Disponibile su < <http://www.urbanautica.com> >. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Urbanautica Institute*. Disponibile su <<http://www.urbanauticainstitute.com>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Zines of the Zone*. Disponibile su <<http://zinesofthezone.net>>. [Data di accesso: 13/03/2018].
- *Zine tonic edition*. Disponibile su <<https://www.ilariaetniccolo.com/zinetonic-éditions/>>. [Data di accesso: 13/03/2018].

## **Elenco delle personalità intervistate:**

- Arena Gianpaolo di *Landscape Stories* e del progetto *CALAMITA/À*.
- Bisson Steve di *Urbanautica* e *Urbanautica Insitute*.
- Capodici Chiara di *Leporello*.
- Degiorgis Nicolò di *Rorhof*.
- De Mauro Laura di *Spazio Labò*.
- Franzoni Flavio di *Micamera*.
- Gamberini Gianluca de *L'Artiere Edizioni*.
- La casa editrice indipendente *Humboldt Books*.
- Montelli Milo di *Skinnerboox*.
- Parrillo Tommaso di *Witty Kiwi*.
- Patrinieri Marco di *Discipula Editions*.

---

## Ringraziamenti

---

E così si è arrivati alla fine di questo viaggio iniziato una mattina di febbraio su un treno regionale che mi portava a Venezia per cominciare la mia prima lezione della magistrale. Mentre fisso la pagina bianca del foglio e cerco di capire come sfruttare, al meglio, queste poche righe, nella mia mente ripeto alcuni versi della poesia intitolata *Itaca* del poeta e giornalista greco Konstantinos Petrou Kavafis (Costantino Kavafis).

[...]

*Sempre devi avere in mente Itaca -  
raggiungerla sia il pensiero costante.  
Soprattutto, non affrettare il viaggio;  
fa che duri a lungo, per anni, e che da vecchio  
metta piede sull'isola, tu, ricco  
dei tesori accumulati per strada  
senza aspettarti ricchezze da Itaca.  
Itaca ti ha dato il bel viaggio,  
senza di lei mai ti saresti messo  
in viaggio: che cos'altro ti aspetti?*

*E se la trovi povera, non per questo Itaca ti avrà deluso.  
Fatto ormai savio, con tutta la tua esperienza addosso  
già tu avrai capito ciò che Itaca vuole significare.*

Tante volte ho paragonato il mio percorso universitario ad un viaggio, un cammino metaforico alla ricerca di un sapere nascosto. E adesso che sono, ormai, vicina alla fine di questo traguardo, così importante per la mia vita, mi rendo conto che il senso dell'università, il senso dello studio, non risiede in quel voto, in quel riconoscimento scritto delle proprie fatiche, tanto ambito dagli studenti, ma nell'essere un nutrimento profondo per la nostra anima. Conoscere permette di comprendere la vita, di imparare a decidere, a prendersi le proprie responsabilità, a scegliere consapevolmente. Studiare ti rende libero di essere esattamente chi desideri essere, libero anche di sbagliare, ma comunque leggero. Senza questa spinta, animata dalla curiosità, non mi sarei mai messa in discussione così tante volte ed, ora, sento lo zaino pieno di esperienza e ricordi, di delusioni e di vittorie.

Consapevole che fuori mi aspetta un mondo agguerrito e crudele, consapevole che da domani sarò priva di quella bolla di sapone che mi ha protetto fino ad ora, desidero dedicare le ultime pagine di questa tesi a tutte le persone che mi hanno aiutato in questi anni, a tutti gli sguardi che mi hanno dato la forza di continuare il cammino e la volontà di portarlo a termine.

In primis vorrei ringraziare il Prof. Riccardo Zipoli, relatore della presente tesi di laurea, che, con precisione e cura, ha saputo aiutarmi durante tutto il periodo della stesura offrendo spunti ed indicazioni fondamentali.

Un grazie di cuore al Dott. Steve Bisson, correlatore di questa tesi, che con disponibilità, gentilezza, semplicità, ha saputo guidarmi in tutto il periodo di ricerca ed analisi, fornendomi i contatti per le interviste, rendendosi sempre disponibile a qualsiasi mio dubbio. Grazie per la sua straordinaria conoscenza e per avermi introdotto nel mondo dell'editoria fotografica indipendente.

Ringrazio Gianpaolo Arena, Chiara Capodici, Nicolò De Giorgis, Laura De Mauro, Flavio Franzoni, Gianluca Gamberini, la casa editrice indipendente *Humboldt Books*, Milo Montelli, Tommaso Parrillo e Marco Patrineri per aver ritagliato, con disponibilità e gentilezza, fra i loro tantissimi impegni, un spazio per me; grazie perché nelle vostre risposte ho trovato passione, voglia di fare e grande umiltà.

Ringrazio la mia famiglia che mi ha permesso di avere ali grandi per volare nel mondo e realizzare i miei sogni. Grazie a mia mamma che mi ha trasmesso la determinazione e la passione per lo studio e, soprattutto, la forza di affermare le mie idee; grazie a mio papà che, da artista, mi ha fatto appassionare all'arte e che, da uomo buono, mi ha insegnato la gentilezza; grazie a mia sorella Sofia che, da quanto è arrivata, ha riempito la mia vita di colore e di allegria; grazie alla mia cara nonna che mi ha guidato nella vita come una seconda mamma e che, oggi, rappresenta il mio tutto.

Grazie, anche, a voi che mi proteggete dall'alto perché so che, ogni volta che mi rialzavo dopo una caduta, quelle mani che mi sostentavano erano le vostre.

Ringrazio te, che mi hai amato subito senza chiedere nulla, che mi hai scelto esattamente come sono e che sopporti ogni giorno, con un sorriso, ogni mio difetto. Grazie per il sostegno e per i consigli soprattutto nella fase di stesura, grazie anche per non essere scappato quando lanciavo su di te la mia angoscia.

Ringrazio Paola ed Elio, due cari amici di famiglia, che mi hanno sempre trasmesso una grande forza e che hanno sempre creduto in me e nelle mie capacità.

Un grazie importante è riservato alle amiche di sempre, le amiche del cuore, che mi hanno accompagnato in questo viaggio e che mi accompagneranno nella vita. Grazie Elisabetta e Laura perché senza di voi le mie giornate non sarebbero le stesse, grazie di esserci sempre e comunque, vi voglio un bene infinito.

Grazie “studentesse a Padova”, grazie amiche che avete reso la città di Padova la mia seconda città del cuore. Grazie Jlenia, Maria Elena (Mep), Antonella, Anto, Beatrice, Maria Sofia perché siete anime affini, siete state il più bel regalo che la triennale di lettere moderne mi abbia fatto. Grazie perché, nonostante, la distanza siamo ancora legate. Un grande grazie anche a Giulia che mi è sempre stata accanto e che, con la sua tenerezza, mi ha risollevata in momenti complicati, grazie perché credi in me molto più di quanto io creda in me stessa, perché mi hai capito e continui a capirmi. Grazie anche ad Isabel per la sua allegria e a Silvia per la sua premura.

Grazie alle care amiche compagne di avventure a Venezia: grazie Eleonora e Fiammetta per tutto il vostro affetto, per la vostra gentilezza e per le persone splendide che siete, sono lieta di avervi incontrato. Grazie a Beatrice e Ricciarda per la vostra simpatia e gioia, per aver affrontato lunghe ore di lezione insieme sempre con un sorriso e per essere state un sostegno durante quest'avventura.

Merci Sinem et Tania parce que on a su garder notre amitié au delà de la distance et du temps. Merci pour être resté toujours avec mon dans les difficultés, je vous aime.

Ringrazio anche i miei compagni del corso di scrittura a Bologna e i colleghi che hanno intrapreso con me l'esperienza della piattaforma online Brakhu, grazie, soprattutto, a Beatrice per avermi dato l'opportunità di partecipare a questa realtà magica.

Un grazie, infine, va anche a tutti coloro che mi hanno ostacolato, perché nei rifiuti ho trovato la forza di crescere.

Grazie a tutte quelle persone, nel mondo, che vivono di poesia e che si fanno poesia. Grazie ai sognatori ingenui che professano un mondo migliore e lo aspettano con vivace allegria e malinconica canzone.

Da domani partirà un nuovo cammino, un nuovo viaggio verso una nuova Itaca, perché la vita deve essere una continua ricerca, un continuo coltivarsi e accrescere di conoscenza lo zaino che portiamo sulle spalle. Avere nuovi occhi porta a scoprire nuovi mondi, orizzonti lontani che ora sembra possibile sfiorare con il palmo di una mano. Così si parte di nuovo, più consapevoli, più sconsiderati, verso terre sconosciute, verso una vita adulta che punge e che ci richiama con il canto di una balena, le grida di un delfino.